



Universidad de Chile
Instituto de la Comunicación e Imagen
Escuela de Periodismo

RESTOS DE GÉNERO EN LA TELEVISIÓN:
Subjetividad pública, feminismo y mediatización de la sexualidad

Memoria para optar al título de Periodista:

Cristian Cabello

Profesora Guía: María Cecilia Bravo

Santiago de Chile
2011

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE GENERAL	02
ÍNDICE DE IMÁGENES	03
INTRODUCCIÓN	06
CAPÍTULO 1 / El espectador ya no es una víctima	09
CAPÍTULO 2 / ¿Para qué hablar de feminismo en la televisión?	16
CAPÍTULO 3 / ¿Tiene sexo la comunicación?	26
CAPÍTULO 4 / Decir mujer no basta: un modelo para el género mediatizado	33
CAPÍTULO 5 / Una televisión naturalista	45
CAPÍTULO 6 / Escribir <i>fuera</i> de la “mujer”: La hostilidad femenino-homosexual de la televisión	55
CAPÍTULO 7 / Fracturas mediáticas al discurso de género	74
CAPÍTULO 8 / Lo serio y lo no-serio del <i>sexo</i> mediatizado	94
CONCLUSIONES	116
BIBLIOGRAFÍA	130

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen	Descripción	Fuente(s)
1	Noticia del conflicto mediático entre la teleserie nocturna <i>El señor de la Querencia</i> y el SERNAM.	Sitio web Diario La Cuarta
2	Portada del libro "Por un periodismo sin sexismo"	
3	(de izquierda a derecha) fragmento de docu-reality policial <i>133 de Mega</i> , logo de docu-reality policial <i>PDI: Brigada Policial</i> , publicidad de teleserie nocturna <i>Infiltradas</i>	Mega Chilevisión
4	(de arriba a abajo) Dos programas juveniles de las tardes de 2010: <i>Yingo</i> y <i>Calle 7</i>	Chilevisión TVN
5	Arenita con su corsé ortopédico celebrando su cumpleaños en una discoteque	Chilevisión
6	Escenas del capítulo de "Primer Plano" donde Arenita se escenifica "fuera de sí"	Enportada.cl
7	Luli participando en el programa "Buenos Días a Todos" de TVN	TVN
8	Imagen de programa de canal <i>Animal Planet</i> . El "hombre árbol" en reportaje de <i>Discovey Channel</i> .	Animal Planet, Discovey Channel
9	Imagen de programa sobre catástrofes naturales en Discovery Channel. Animales feroces en <i>Animal Planet</i> .	Animal Planet, Discovey Channel
10	Periodista Rafael Cavada cubriendo la guerra de Irak en programa <i>Informe Especial</i>	TVN
11	Periodista Rafael Cavada cubriendo la guerra de Irak en programa <i>Informe Especial</i>	TVN
12	(de izquierda a derecha) Periodista Amaro Gómez cubriendo los días posteriores al terremoto del 27 de febrero de 2010 en Chile. Imagen del noticiero <i>24 Horas</i> de edificio colapsado post-	TVN

	terremoto en Chile.	
13	Imagen de programa <i>Frutos del País</i>	TVN
14	(de izquierda a derecha) Scketch humorístico en programa <i>Morandé con compañía</i> ; Adriana Barrientos en publicidad de reality <i>1910</i> de Canal 13; concurso en programa juvenil <i>Calle 7</i> de TVN	Mega TVN
15	Concurso en programa juvenil <i>Yingo</i>	Chilevisión
16	Premiación final del programa <i>Fiebre de Baile</i>	Chilevisión
17	(de izquierda a derecha) Abogada-conductora del programa de la tarde <i>Veredicto</i> y conductora de programa <i>La Jueza</i> .	Mega Chilevisión
18	Secuencia en torno a un beso homosexual en la teleserie nocturna <i>¿Dónde está Elisa?</i>	TVN
19	Teleserie nocturna <i>Mujeres de Lujo</i> del verano de 2010 donde sus protagonistas son mujeres dedicadas a las prostitución de alto nivel	Chilevisión
20	Dos besos lésbicos en la pantalla	TVN
21	Programa de farándula <i>Mira quien habla</i> entrevistando a dos animadoras de la televisión chilena (2010)	Chilevisión Mega
22	Francisca Merino y Marcela Vacarezza, dos panelistas del programa de farándula <i>SQP</i> (2010)	Chilevisión
23	Luli en programa nocturno de espectáculos <i>Fiebre de Baile</i> , temporada 2010	Enportada.cl
24	Luli escuchando al jurado en programa nocturno de espectáculos <i>Fiebre de Baile</i>	Enportada.cl
25	Dos escenas del programa de farándula <i>SQP</i> comentando casos de la vida privada de otros personajes de la televisión chilena (2010)	Chilevisión
26	Escena de la temporada 2007 del programa <i>Vida: Radiografía de un cambio</i>	TVN
27	Escenas de la temporada 2007 del programa <i>Vida: Radiografía de un cambio</i>	TVN
28	Animadores del programa matinal <i>Bueno Días a Todos</i> (2010)	TVN
29	Presentación del programa de investigación periodística <i>Informe Especial</i> , temporada 2009.	TVN
30	Animadores del programa juvenil <i>Yingo</i> (2010)	Chilevisión

INTRODUCCIÓN

Esta memoria se desplaza en los cruces entre género y comunicación, feminismo y mediatizaciones, haciendo hincapié en el análisis discursivo que los adolescentes realizan sobre la televisión abierta chilena y su relación con la sexualidad. Sexualidad, televisión y comunicación son espacios en tensión constante debido a las inciertas consecuencias que la mediatización del sexo tendría en un público menor de edad.

Este análisis se enmarca en el proyecto Fondecyt N°1095180 titulado “*Jóvenes, recepción y usos sociales de los discursos sobre la sexualidad y el género en programas de alta audiencia de la televisión abierta*”. La investigación organizó 10 *focus groups* (adjuntados en CD-ROM) durante el segundo semestre de 2010 en la Universidad de Chile (Instituto de la Comunicación e Imagen y Facultad de Ciencias Sociales) donde participaron estudiantes de Enseñanza Media de la Región Metropolitana separados por género que discutieron sobre personajes y programas de la televisión con énfasis en el género y las sexualidades representadas para reconocer el modo en que los adolescentes comprenden el género y la sexualidad mediatizadas.

Este ensayo se basa en las discusiones sobre sexualidad y género de estos *focus groups*, se produce a partir del análisis de discurso de fragmentos de estos *focus groups* para reconocer e intentar responder las interrogantes siguientes: ¿cómo es la apropiación que los jóvenes realizan de la sexualidad mediatizada? Y además de responder si ¿acaso los adolescentes son *víctimas* de las narraciones televisivas que giran en torno a la sexualidad?

Para afrontar la tarea de analizar el discurso de los jóvenes sobre la sexualidad mediatizada esta memoria se posiciona desde dos parámetros particulares. Primero, se comprende el discurso de los adolescentes como “*subjetividad mediatizada*”, no tanto como una estructura definida donde sea posible ubicar “*identidades*” rígidas, sino que, en cambio, es una mirada crítica que destaca lo no-dicho, las contradicciones, los lugares más equívocos de los relatos del público sobre sexualidad y televisión, y desde este *flujo* discursivo se

analiza cómo el público adolescente comprende, reapropia y reproduce la sexualidad televisada. Este presente texto habla de la televisión a partir de la mediatización que ocurre en los espectadores, es decir habla y analiza críticamente la reapropiación de las imágenes televisivas que reproduce el público, desenmarcándose de un simple análisis de contenido de la pantalla y reconociendo cómo es el “efecto” de las narraciones televisivas en los jóvenes.

Como segunda posición analítica de esta memoria cabe mencionar la utilización de teorías feministas y post-feministas para comprender y actualizar las relaciones de género y sexualidad en el campo de la mediatización. El uso de la teoría feminista en este ensayo implica: (1) cuestionar el estatuto natural del género y el sexo en los relatos mediatizados de la sexualidad y reconocer la matriz tecnológicamente construida de los géneros y (2) ubicar y señalar los posicionamientos de *lo político* que se encuentra en las exclusiones y visibilizaciones de la sexualidad en el discurso del público.

Esta memoria toma forma como un ensayo crítico de la comunicación, por lo que contextualiza un marco bibliográfico útil para un análisis de las mediatizaciones de la sexualidad y las recepciones del público, para luego reconocer los tópicos y tratamientos discursivos que el público realiza sobre identidades específicas que se permean, confunden y desarticulan en la misma subjetivización del público. “Lo masculino”, “lo femenino”, “la homosexualidad” son áreas sexuales recurrentes que se entrelazan con normas sociales, el deber ser, estigmatizaciones y, obviamente, los formatos televisivos poseen rasgos particulares para comprensiones singulares que el público realiza sobre la televisión. Asimismo este ensayo se compone de 8 capítulos y una conclusión que más que reconocer verdades absolutas, buscan abrir significados múltiples y polimorfos sobre la sexualidad mediatizada, desarticulando fragmentos discursivos de los espectadores.

Los Restos de género en la televisión: Subjetividad pública, feminismo y mediatización de la sexualidad son aquellos retazos marginales y no-reconocidos al momento de mirar y entender el género en la comunicación, son los límites fronterizos que ponen en inestabilidad el estatuto coherente de las identidades sexuales. La importancia de este tipo de análisis está en que ponen en un primer orden la mirada que el público hace de la televisión, no para considerarla un habla que contiene verdades objetivas, sino que implícitamente y performativamente constituye discursos y narraciones que guardan normativizaciones y agenciamientos de politicidad subjetivada para comprender la sexualidad. Asimismo el análisis del público en la comunicación se articula como un desplazamiento de los análisis que reconocen como sujetos pasivos al público ante la televisión, en cambio aquí los discursos del público son los protagonistas activos que re-producen y rearticulan el orden narrativo de la televisión en contextos locales y tensiones particulares de nuestro país.

CAPÍTULO 1 /

El espectador ya no es una víctima

El imaginario de la televisión adquiere fragmentos regularmente en tensión al evidenciar y referirse al cuerpo. Restricciones y desconfianzas se asoman en la subjetividad del espectador al abordar los territorios de la carne, voces que re-instalan normas morales ante corporalidades mediatizadas que se expresan evidentes, desnudas y por lo mismo, amenazadoras de los límites que determinan los modos de ser y estar en el cuerpo¹.

Es amplia la bibliografía donde ciertos análisis críticos decomponen las estructuras de poder presentes en los medios de comunicación. Estas teorías regularmente continúan construyendo una relación vertical de dominación entre medio de masas y el individuo como espectador pasivo, generando hipótesis más o menos sofisticadas sobre la *penetración cerebral* de los contenidos de los medios de comunicación en las personas².

¹ La noción de “cuerpo” ha sido criticada ampliamente por usar el concepto “cuerpo” como noción generalizada en base a una cuestión concreta e inmediata que invoca la escritura: “debemos sospechar de la referencia al cuerpo como una apelación a la inmediatez (...) De hecho lo que hay a nuestro alrededor son más bien imágenes e información estereotipadas sobre el cuerpo” (Jameson, 1998:123). Por otra parte, también se cuestiona cuando “cuerpo” es una referencia a una metáfora universalista del cuerpo, más que a una experiencia ubicada en contextos específicos, políticos y locales: “la teoría posmoderna del cuerpo ha sido considerada con frecuencia, una actividad cerebral, esotérica e –irónicamente– descarnada, lo cual nos aleja de las experiencias y prácticas diarias de la encarnación de los individuos” (Davis, 2007:24). La noción de “cuerpo” la entenderemos como un cruce entre la subjetivación de la experiencia y una metáfora de las normas sociales; pero además el cuerpo desde una perspectiva mediática es un espacio de intervención de las tecnologías semióticas. El cuerpo no es entonces una “naturalidad” determinada, sino una materialidad o superficie en disputa de significados.

² Existen ciertos desplazamientos a una lógica que sigue privilegiando el carácter pasivo y la homogeneización de los receptores, ya que la televisión serviría para “mantener el vínculo social en una sociedad estandarizada” (Wolton, 1992:82) y también existen teorías más cercanas a las ciencias sociales que destacan la televisión como un espacio de socialización, es decir como modelos que cabe imitar: “la televisión ya no es sólo un 'espejo' del mundo, sino un 'ejemplo' de cómo 'es' el mundo y de cómo hay que 'estar' en él” (Montero, 2006:19). La lógica de la “socialización” es un ejemplo, que si se utiliza desde un plano que destaca sólo el poder de los discursos sobre los espectadores sirve para perpetuar la imposibilidad de resistencias o resignificaciones de los valores sexuales de la televisión por parte de los espectadores.

A partir del uso de la teoría postestructuralista es ahora el cuerpo el objeto de disciplinamiento, es la materialidad del sujeto y no sólo la dimensión de la razón de los actantes en torno a una proyección de semejanza con los medios, como si se tratara de una relación de espejo donde ahora se intenta desplazar la subordinación de los espectadores frente a la televisión. Es así como se desarrollan “marcos de trabajo más sofisticados para explorar la forma, insidiosa y ambivalente, en que los cuerpos de las mujeres son disciplinados a través de prácticas y discursos [por ejemplo] de belleza” (Davis, 2007:24). Ambigua y desorientada asoma entonces la interacción entre cuerpo “real” y la representación del cuerpo sexuado para esta multitud de lecturas crítico-teóricas sobre la cultura mediatizada, se producen así supuestos sobre la elaboración de una gramática uniforme del cuerpo y se ponen alerta sobre una normalización de la carne instaurada por los medios de comunicación.

Sin embargo, estas teorías que hablan sobre el cuerpo constituyen análisis limitados, restringidos al discurso del medio, a su superficie, y deben *imaginar* cómo consume el público los desatados contenidos y formas mediáticas. Son lecturas que proyectan un público, una subjetividad que si bien es abierta y polimorfa, no estaría siendo menos determinada por los medios. Así se proponen afirmaciones que asumen inmediatamente el rol modelizador de los medios tecnológicos, como por ejemplo: “la televisión de esa trama discursiva produce una estrecha relación entre la política del signo y la producción de una subjetividad *modelizada*” [Arancibia, 2006:123] así, estas aseveraciones profesan su rechazo al simbiótico y “enajenante” cruce entre la ficción mediática y la realidad social, acusan la “banalización de la vida” a causa del “ritmo hiperactivo de una sociedad de recambio de las imágenes y mercancías que espectaculariza las relaciones de producción y las formas de vida para aumentar el goce” (Richard, 2010:27). Una vida pre-mediática, que lleva a la idealización de la experiencia extática hacia los flujos de la comunicación que funcionan como una –más o menos– leve construcción de un imaginario a defender y que con tildes reprobatorias consigue al mismo tiempo responder y excluir un consumo de resistencia y no-pasividad.

Si bien la original fisura foucaultiana que devela la relación entre poder y sexo, entre estado y cuerpo, abrió importantes y múltiples rutas de estudio sobre las violencias o relaciones de poder ejercidas contra los cuerpos marcados por el sexo; y si además recalcó la necesidad de revelar la policial acción de “reglamentar el sexo” (Foucault, 1977:32) por parte de las instituciones, también generó el estallido de propuestas analíticas que suelen reiterar y producir metaforizaciones de victimización y opresión contra el cuerpo, donde éste último es representado siempre como subsumido a una estructura de poder desde la cual no hay escapatoria ni agenciamiento posible.

Entonces, restricción y vigilancia serían también los nodos conflictivos a través de los cuales circula “no-libremente” el cuerpo en una experiencia mediatizada, es ahora el cuerpo la imagen de la víctima en lecturas que asegurarían, desde distintos lugares, una *normalización del cuerpo* porque “el interés febril que tenemos por el cuerpo, no es en absoluto espontáneo y 'libre', obedece a imperativos sociales tales como la 'línea', la 'forma', el orgasmo” (Lipovetsky, 2005:63).

La mujer aparece en este cuerpo dietético como la principal víctima de un lenguaje mediático de la forma. Por ejemplo, en el análisis de fragmentos publicitarios donde el hambre y la comida se vuelven ideología se genera el escenario para afirmar incluso la interminable e insistente re-instalación de las diferencias sexuales producidas en/a través de los medios donde se reafirmaría “la idea de que a las mujeres les satisface más alimentar a *otros* [hombres idealmente] que a sí mismas” (Bordo, 1999:130). La “influencia” estaría también dada en que la interacción de la televisión “con la audiencia posea el poder potencial de producir reacciones emocionales” (Uribe, 2007:34), haciendo que la sensibilidad otorgue legitimidad de vida a esos neutros consumidores, y también se aseguran los “efectos” de los contenidos de los medios “que pueden variar en grado significativo *entre los diferentes tipos de individuos*. Quienes poseen *mayor* nivel de educación están *mejor preparados* para entender *el* significado y alcance de los contenidos de los medios” [Dussaillant, 2007:61].

¿Existe acaso un significado legítimo en los medios? Según las anteriores afirmaciones y consejos, ante la pantalla no cabe más que asumir entonces una banalización *pop* de la experiencia, continuar suponiendo y construyendo relatos donde los cuerpos son víctimas, legitiman el funcionamiento de estructuras que reiteran en imágenes la sujeción del espectador, la uniformidad del pensamiento y la instauración de pautas en la cotidianeidad. En este contexto ¿es posible pensar el quiebre de las hegemonías discursivas del cuerpo a partir del agenciamiento y la reapropiación de los signos por parte de una audiencia mediatizada?

Los fragmentos bibliográficos anteriores son resabios estilizados de retóricas y lógicas que aún construyen el imaginario de las “masas” frente a la producción cultural. Esto no significa desprestigiar un estudio de las superficies y significaciones en los medios, sino detener el desalojo del público en sus interpretaciones, cuestionar el estatus real de las rutas de las *subjetividades mediatizadas* –ese “poder” invisible y complejo que totaliza “los cuerpos al interior del escenario escópico de la televisión” (Arancibia, 2006:123) asegurando una compenetración post-humana conflictiva en un cuerpo que *deviene tecnología*³– desde donde se escribe un simulacro de interacciones entre textos audiovisuales y un público desarticulado y contradictorio.

Es necesario descubrir el nivel de fracturas contra la moral y consensos sociales provocados como “efecto oblicuo” por la “penetración” de los contenidos *light* de la televisión sin continuar despojando de valor la voz del espectador, se deben reconocer las mutaciones de identidad, el trastoque de normas sociales y la circulación de estos discursos en las lógicas de los consumos locales. Sino es así las generalizaciones críticas y estigmatizaciones sobre medios como la televisión continuarán generando la imagen de una tecnología que viola un

³ Re-leer la televisión desde un plano de subjetivación mediática supone extender que existe un contexto tecnológico que determina la experiencia de los sujetos, es una propuesta desencionalizada para comprender el discurso de la televisión. Ya no serían entonces *seres humanos* los que hablan sobre la televisión, sino un aparataje discursivo más complejo e interconectado, imposible de naturalizar porque “el hogar el sitio de trabajo, el mercado, la plaza pública, [el consumo mediático], el propio cuerpo, todo, puede ser dispersado y conectado de manera polimorfa, casi infinita, con enormes consecuencias [para las dicotomías de la mente y el cuerpo o lo animal y lo humano]” (Haraway, 1991:279). Lo anterior no significa afirmar tajantemente que lo humano no existe como categoría, sino que privilegiaremos una mirada que desplaza la ideología y naturalización de “lo humano” para acentuar el carácter tecnológico de las subjetividades mediatizadas.

natural estado de los ciudadanos.

La presente investigación se propone como desbloqueo del discurso del público en relación a la multitud de contenidos políticos, banales y espectaculares de la pantalla, es un recorrido alternativo para comprender los usos que hacen los tele-ciudadanos a los disímiles fragmentos mediáticos. Pero principalmente, y más allá del simple rastreo de marketing comunicacional que ubica y determina las rutas y preferencias, gustos y rechazos del público ante el *producto* mediático, la investigación busca entender la vigencia de afirmaciones que aseguran la *domesticación de los cuerpos*, relacionada también con cómo funciona la modelización de las subjetividades y, por supuesto, develar cuál es el estado actual —en tanto fracturas y resistencias— del cuerpo mediatizado, descubrir qué tan dócil, y por lo tanto víctima, es el espectador local.

Lo anterior, poniendo énfasis en el cruce entre sexualidad, audiencia y televisión como territorios complejos de significación, porque la sexualidad mediatizada aparece como un espacio de interés público ante los modos en que produce sus *efectos de realidad* en los cuerpos y vidas de una audiencia juvenil. La sexualidad mediatizada como un campo que generalmente se comprende como una fuerza ejercida sobre los espectadores, sin embargo en este escrito buscamos reconocer ¿cómo adquiere “forma” el género mediatizado en la discursividad material y simbólica de los jóvenes que miran la televisión?

Por lo tanto, en un primer plano analítico se ubicará no la pantalla, sino las interpretaciones y discursos que (des)hacen el flujo mediático local, es decir la pantalla pero según los espectadores. Es un re-lectura de la televisión, en tanto interpreta una primera traducción hecha por los televidentes, esta es una primera lectura que ya de inmediato *bifurca* el supuesto contenido lineal, objetivo y regular de las imágenes. La subjetividad aquí es exceso, sin embargo no se entiende en su significado negativo de desprestigio del significado, sino que es una *intervención del público* (o simplemente pública) significativa en tanto en ésta permanecen las huellas y residuos de una conceptualización y resignificación que *resignifica* las decisiones políticas, sociales y morales, es la filtración de

las imágenes convertidas en discurso público.

No es la intención de la presente investigación descubrir una “verdad” que describa objetivamente el quehacer de las relaciones entre público y televisión, sino indagar en los conflictos y tensiones simbólicas que involucra la producción de discursos sobre/entre las tecnologías audiovisuales, significa comprender el proceso que Martin-Barbero denomina como *mediaciones sociales de las imágenes*, es decir:

“lo que de él [las tecnologías] espera la gente, y de lo que le pide. Esto significa que es imposible saber lo que la televisión hace con la gente si desconocemos las demandas sociales y culturales que la gente le hace a la televisión. Demandas que ponen en juego el continuo *deshacerse y rehacerse* de las identidades colectivas y los modos en que ellas se alimentan de y se proyectan sobre las representaciones de la vida social que la televisión ofrece” (Martin-Barbero, 2002:175).

No son unidimensionales y uniformes afirmaciones, opiniones o gustos de los “receptores”, como tampoco es un corpus plano de palabras verosímiles sobre la televisión. Para ubicar la mediación social de los fragmentos televisivos es urgente dudar de la neutralidad de los discursos de los espectadores y no considerarla como *la verdad lo dicho por los usuarios*. Esta investigación gira, corroe, articula y se reapropia de las significaciones que los espectadores hacen de la televisión, interesada principalmente por la condición y mediatización subjetiva del cuerpo, buscando entender cómo las imágenes conviven en una materialidad marcada por los signos del género y los movimientos de la sexualidad.

Nuestra hipótesis es que los espectadores ya no son víctimas de la representación de su género, sino que poseen estrategias de reapropiación y respuestas no reductibles a la homogeneización a partir de las ideologías de los medios de comunicación de masas, por tanto no se destacarán en esta investigación los agenciamientos de los espectadores, es decir “la manera en que la gente retoma el conocimiento que tiene de sí mismo y de sus circunstancias mientras enfrenta la vida” (Davis, 2007:29). Esto no significa otorgar todo el tributo al develar que toda acción y también habla en torno a la sexualidad es una cita — más o menos similar— de ciertas normas de género, eso que Butler denominó

performatividad del género⁴ de los individuos, sino resaltar las fracturas de cómo la acción y el habla cotidiana del público refracta y fragmenta las discursividades televisivas sobre la sexualidad.

CAPÍTULO 2 /

¿Para qué hablar de feminismo en la televisión?

⁴ La performatividad del género es la declaración de que la norma de género es vulnerable, “la norma es capaz de conformar la realidad según sus dictados sólo en tanto puede ser *reproducida*, *recitada* y *repetida*, y sólo mientras lo haga y manteniendo además la ilusión de su carácter originario, esencial y no derivado. Es precisamente esta frágil ontología de los ideales regulativos la que permite la introducción del error, la anomalía, en el momento mismo de la repetición” (Pérez, 2005).

¿Por qué hablar de feminismo en la comunicación? Es inevitable, al abordar la dimensión de la sexualidad en las representaciones mediáticas, referirse a las disputas de códigos que encarnan las cristalizaciones de los géneros sexuales. Este análisis no sigue mecánicamente las rutas del género en la comunicación, no es una traducción literal ni objetiva de la circulación de los cuerpos mediáticos en la pantalla, sino que presenta las distorsiones, las tensiones y otras fracturas de los planos simbólicos de la mediatización de la sexualidad en el habla del público. El feminismo se dedica a denunciar inequivalencias de los signos que se relacionan con la distribución social de los cuerpos, el feminismo duda de la *naturalización* sexual de los discursos autoasignados como legítimos, el feminismo se entromete en la comunicación no como una herramienta clausurante y restrictiva, sino para denunciar un territorio que se ostenta de ser aséptico y despolitizado.

Si bien la “comunicación” presenta reticencias a intervenir con teorías políticas –como el feminismo– sus análisis debido a la posible *distorsión* de una metodología científica, para una investigación ubicada en el cruce entre sexualidad y mediatización, es imposible no pensar esta distorsión como una potencialidad para ubicar los recovecos moralistas y hegemónicos que producen una inercia en el análisis del género en la comunicación. Por otra parte, en esta investigación se asume que al hablar de “la mujer” o “el hombre” de procedencia mediática no se está haciendo referencia a unos cuerpos concretos e inmediatos, sino unas *representaciones tecnológicas de la sexualidad* que no son el orden rígido de la femineidad o la masculinidad, sino que es una perspectiva crítica que pone en duda su misma identidad para producir un análisis fructífero. Justamente el feminismo en la escritura de Simone de Beauvoir donde no se “nace mujer” sino que se llega a serlo, propuso un feminismo más que como afirmación de una identidad, como una afirmación negativa que pone en duda el origen e instala una proyección de incertidumbre frente a su devenir. En un contexto de tecnologización de la experiencia a partir de la subjetivización mediatizada corromper el orden afirmativo de la identidad es parte de una propuesta feminista en la comunicación, como lo señala Alejandra Castillo, el feminismo surge como

negación, no es una herramienta para “reificar la identidad 'mujer' en una sociedad pospatriarcal. El feminismo es negativo o no es. O, en otras palabras el feminismo no es un humanismo” (Castillo, 2011).

Es así como es necesario visibilizar cómo los feminismo(s) exhiben en sus análisis los conflictos de comprensión de la sexualidad en la comunicación. Para la presente investigación que pone en escena una subjetividad mediatizada que expone fragmentos de sexualidad en discusión, es más pertinente el uso de una teoría feminista interesada en reconocer, más que los puntos y unidades en común entre los signos que producen el orden de los géneros, *los fragmentos que ponen en conflicto las identidades*, es decir las zonas de contraste que son invisibilizadas por una comunicación literal y plana de la sexualidad.

Los cruces entre las marcas de las significaciones culturales de la sexualidad y las tramas de la comunicación, la relación entre género y mediatización suelen ser transacciones complejas, principalmente por las teorizaciones y las *desconfianzas* de ciertos feminismos tradicionales anquilosadas respecto al supuesto *impacto* de la comunicación en el cuerpo y, principalmente, en la cooperación mediática que legitima desigualdades sexo-genéricas⁵ ubicadas en las imágenes significativas.

⁵ Por *sexo-género* entenderemos un sistema o matriz cultural en la cual se ubican los cuerpos. El concepto de “género” no parece ser suficiente en la actualidad para describir las complejas reappropriaciones y significaciones sociales de la sexualidad, donde “sexo”(dimensión biológica, genital) y “género” (dimensión cultural del sexo) aún son categorías que permanecen unidas, ya que el binomio masculino/femenino del “género” continúa refiriéndose a una división material de los cuerpos a partir de un sesgo biológico, se trata de desacralizar la idealización del concepto “género” (Lamas, 1999).

La televisión parece agredir y violentar constantemente una naturalidad del cuerpo y su género, los discursos mediáticos que desbordan de sexualidad “transgreden” un imaginario tradicional, estático y natural del cuerpo y género de los espectadores; otra vez el público adquiere el rol de la víctima ante el tráfico de sexualidad que ocurre en la pantalla. La intersección entre género y televisión aparece como real y mediada a partir de ciertas violencias más alarmantes y sensibles, que objetivas y tecno-mediadas, el cuerpo es agredido por un flujo de imágenes. Es así, por ejemplo, como en este alarmista juego de relaciones surge en 2008 en Chile cuando la Ministra del Servicio Nacional de la Mujer (SERNAM), Laura Albornoz, integrante del Partido Democracia Cristiana perteneciente a la coalición de la Concertación, jugando un papel relevante de recreación estatal de la restricción ante contenidos exaltantes de sexualidad y violencia presentes en la televisión. En una entrevista la ministra denunció públicamente, y como parte de su ejercicio político, la excesiva violencia contra la mujer presente en la teleserie nocturna de época *El Señor de*

La Cuarta

INICIO CRÓNICA VUELTA AL MUNDO DEPORTIVA ESPECTACULAR PURO FILETE CLICK ESPECIA

Santiago, Martes 24 de Noviembre de 2009 U.F. \$21.017,51 | Dolar US\$ 494,51 | Santoral: Flora, Andrés Dung-Lac | Min: 11° - Má

Buscar

Piteos por salvajismo de Echenique tienen chato al Sernam

"El Señor de la Querencia" con el poto a dos manos

Hasta en el Congreso patalean por brutalidad del jutre con las inquilinas. Actor Julio Milostich se defiende como gato de espaldas: "Estamos haciendo ficción".

EL TÍTULO POP
Editar título

Instrucciones

Enviar a un amigo
Imprimir

Desde que la ministra del Servicio Nacional de la Mujer Laura Albornoz contó que varias féminas habían puesto reclamos por tanta maldad y violencia expuesta en "El Señor de la Querencia", los teléfonos de la institución no han parado de sonar. Pasó que, aprovechando la contingencia, caleta de ñoras de todas las edades y chiquillas deseosas de expresar su parecer sobre el tema del momento, no hallaron nada mejor que agarrar el celu y llamar al Sernam déle que déle. Si las pobres que contestan los cuernófonos ya tienen las orejas hinchadas de tanto atender. Y esta chorrera de llamadas han sido de todo tipo. Algunas coinciden con que la nocturno de TVN es pura

1 Noticia del conflicto mediático entre la teleserie nocturna *El señor de la Querencia* y el SERNAM

la Querencia de Televisión Nacional de Chile, donde la *representación* de una violación explícita contra una mujer permitió que ella –el *actor* político– se alzara como la

representante y “defensora” de las mujeres y además como guardián del *signo mujer*⁶ en la pantalla, afirmando que “Estamos analizando la teleserie para tomar medidas (...) me preocupa que hayan producciones que induzcan a la violencia”⁷.

¿Es posible defender y generar una política a partir del establecimiento de lineamientos para representar el género? Justamente la Ministra Albornoza intenta trazar límites para la representación del sintagma género-violencia a través de la estrategia de un rechazo y una actitud defensiva de la representación social de las mujeres, develando el miedo a perder una certeza del “yo” o “nosotras”⁸ femenino ante una mediación social de la televisión, donde para la ministra la violencia de la ficción melodramática no es ficción (entendida erróneamente como falsedad) sino una *realidad* mediatizada, donde la comunicación transmuta en un agente de violencia y maltrato sobre los cuerpos de los espectadores, que podría generar consecuencias desfavorables como la reiteración del maltrato contra la mujer en el espacio doméstico.

Para la ministra el espacio doméstico y la pantalla funcionan como un espejo, es una política que cristaliza comportamientos y conductas de las mujeres, donde de modo muy grave las mujeres —reales o mediatizadas— son imaginadas como pasivas agentes de la violencia, reduciendo el proceso de recepción y mediación de la televisión solamente a la reiteración *literal* y unidireccional de los mensajes. Es la “política de la literalidad” la que procrea visiones lineales y normativas sobre el género sexual en la comunicación,

⁶ La protección del significado “mujer” es propio de prácticas y políticas que defienden un significado único y homogeneizante de las mujeres, es una anulación de las diferencias existentes, y es un trabajo político en tanto elabora una “conciencia de mujeres”. El ejercicio político y pseudo militar de *concientización* refuerza la idea de un concepto fijo del cuerpo “femenino” que no puede ser re-estructurada, que es impermeable a la contingencia y mediatizaciones tecnológicas y además se presenta arraigada a humanismos biologicistas. Una crítica a la concientización como actividad política la describe Haraway: “La 'experiencia', al igual que la 'conciencia', es una construcción intencional, un artefacto de primer orden. La conciencia puede ser también reconstruida, recordada, rearticulada. Una manera de hacerlo es la lectura y la re-lectura de la ficción” (Haraway, 1991:190).

⁷ Entrevista a Laura Albornoza en Portal Terra.cl, *Sernam v/s El señor de la Querencia*. Disponible en: http://www.terra.cl/ZONAMUJER/index.cfm?id_reg=994928&id_cat=2007&pagina=1 (Consultado 16 de enero de 2011).

⁸ Para un desarrollo de una concepción relacional o “exterior constitutivo” de las identidades en el espacio público (mediatizado), donde se establece el orden siempre dependiente con un “otro” de cualquier emergencia identitaria referida a un “nosotros”, a diferencia de una concepción de sujetos pre-simbólicos, revisar Judith Butler (2008), Rosi Braidotti (2004) y Chantal Mouff (2009).

proponen un modo de ser del cuerpo sin reconocer las reapropiaciones que el público — con género— realiza de la sexualidad, es un pensar la política de mujeres como estereotipos y lugares comunes. *La política* retoma y se apropia de la comunicación para reivindicar y defender sexualidades prototípicas (para sí mismo y para un corpus de mujeres) a través de un ejercicio de desficcionalización y desdibujamiento de las resistencias del público.

Lo más relevante del caso de la ministra Alborno es su ímpetu —propio de una política conservadora— ante el avance mediático en dimensiones y lugares femeninos, una vehemencia que propone restringir y regular las representaciones ubicadas fuera de la norma de mujeres concientizadas y empoderadas, propuestas por el ministerio, un ideal donde las mujeres impiden que la violencia —*supuestamente* masculina— las gobierne.

La violencia contra las mujeres es un tópico común en un activismo de mujeres feministas, par de significados recurrentes y siameses que determinan una política literal que incluso coapta gran parte de sus quehaceres. Así ocurre en Chile con una de las más importantes agrupaciones de política “feminista femenina”: la *Red Chilena contra la Violencia*⁹. Sin desearlo este reforzamiento del discurso que representa a la mujer como víctima, produce la pública victimización de la mujer (Preciado, 2008). Como otro episodio del “feminismo femenino” o “feminismo restrictivo” de la comunicación ubicamos la compleja relación de jerarquías y *desigualdades* denunciadas en la relación entre género y periodismo (uno de los bastiones simbólicos que aparece como el más relevante para “la política” porque es en el periodismo donde la “experiencia real” tomaría escena). La labor periodística es reconocida como un espacio de desprestigio y producción de engañosas representaciones y circulaciones del género femenino mediatizado. El manual *Por un periodismo no sexista. Pautas para comunicar desde una perspectiva de género* editado por la Oficina Regional de Educación para América Latina y el Caribe OREALC/UNESCO, el Programa Libertad de

⁹ En su sitio web titulado www.nomasviolenciacontramujeres.cl se destacan la cantidad de femicidios, protestas contra mujeres maltratadas, asesinatos, maltratos y una serie de signos que terminan por producir una relación de dependencia entre feminismo, mujeres y violencia, como si la única forma visibilizar a la mujer de forma política sea a través de la denuncia de la violencia que es ejercida. Lo cual es lógico si asumimos que el sistema sexo-género lo que señala es una desigualdad estructural entre los cuerpos sexuados. (Consultado el 15 de enero de 2011).

Expresión de la Universidad de Chile, el Colegio de Periodistas y la Cátedra UNESCO de la Universidad Diego Portales es un ejemplar sintomático del “feminismo restrictivo” relacionado con la comunicación. En sus páginas se asume cuantitativamente que sólo el “24% de las personas que aparecen en las noticias, dan su opinión o sobre las cuales se lee en las noticias *son mujeres*”, que “en el uso de las fuentes, las mujeres siguen siendo consultadas en las categorías de personas “ordinarias”; por el contrario “los hombres predominan como expertos” y se afirma que “el sexismo está presente en los medios de comunicación tal como lo está en las sociedades en que se desarrollan dichos medios” (OREALC/UNESCO, 2010:8-9), asumiéndose así, rápidamente, que existe una república masculina dominante en lo social que se permea unidireccionalmente y sin fisuras en la pantalla mediática.



Imagen 2 Portada del libro "Por un periodismo sin sexismo"

El texto presentado como un manual de pauta para periodista(s) busca denunciar desigualdades estructurales de la comunicación y su tratamiento del género, la estrategia discursivo-didáctica de este feminismo “global” es acusar la invisibilidad de las mujeres en los medios periodísticos buscando un equilibrio y *normativización de la representación* y

del rol del género en los medios. Un texto de este tipo, que se instala como remedio e ideal en la relación entre comunicación y género, asume que existe una representación *equilibrada* del género en la comunicación, reduciendo a una disputa entre lo masculino y lo femenino tradicional (sólo en cuanto *significantes*) las problemáticas sexuales de la mediación tecnológica, confundiendo y asimilando como causa-efecto las diferencias entre representación y prácticas periodísticas y, además, aislando su mirada analítica de representaciones irregulares del género dicotómico como pueden ser sexualidades no-heterosexuales y/o representaciones obscenas (*fuera de “escena”*) y alejadas del lugar de lo imaginado por el “sentido común”. Este manual profusa la literalidad y obviedad del “sentido común” de la política feminista, esa corriente que Chantal Mouffe califica como aquellos pertenecientes al “campo progresista, aceptan esta visión optimista de la globalización y [que] han pasado a ser los defensores de una forma consensual de democracia” (Mouffe, 2007:9).

Este tipo de *medicaciones* mediáticas no hacen sino recalcar que la sexualidad (en la comunicación) es una enfermedad que debe ser sanada y regularizada¹⁰, es así como se recomienda para neutralizar la diferencia política del género “sustituir el masculino genérico por metonímicos (...) por ejemplo, “personal”, “comunidad”, “gente”, “grupo”(…) Otra opción es llegar al impersonal”, también se sugiere utilizar “Madres y Padres” versus el genérico “padres” y en vez de utilizar expresiones como “móvil sentimental” o “crimen pasional” se ordena que “el término apropiado a utilizar es “violencia de género” o “violencia hacia la mujer”” (OREALC/UNESCO, 2010:16-17).

El “feminismo restrictivo” piensa que la acción sólo debe ejercerse en la dimensión lingüística de la representación periodística, en el trastoque de términos, en la acción político-teórica de visibilizar *más* las identidades rígidas femeninas¹¹, anulando las

¹⁰ Para una revisión de las metáforas de la enfermedad en los discursos públicos y políticos consultar Sontag, Susan (1996) *La enfermedad y sus metáforas. El sida y sus metáforas*, Taurus, Buenos Aires.

¹¹ “La política feminista de acción afirmativa, como la llamo, busca la inclusión de lo otro, las otras, en el marco social y cultural existente con la promesa de que la propia inclusión de las mujeres transformará el marco social y cultural existente. Este es el presupuesto que anima a las políticas tendientes a subsanar la mala representación de las mujeres en la esfera pública/política, tomemos a la paridad por ejemplo. Esta política por la visibilidad, por el reconocimiento, la podríamos sintetizar en la siguiente frase: “más es mejor”.

relaciones críticas y diferenciales entre los géneros. Propone de este modo una imagen visual reducida a una literalidad excesiva, sin considerar el potencial cultural, retroactivo ni las reapropiaciones que significa hacer circular estos signos en las relaciones con los televidentes. Este feminismo de la afirmación busca restituir a “la mujer” y, entre sus consecuencias, “no es una novedad a esta altura del debate feminista que esta identidad estará vinculada a cierta retórica del amor romántico y del cuidado. Ambas retóricas afines, complementarias y al servicio del discurso de la familia que, nos guste o no, moldea los roles, las maneras y hasta las transgresiones del 'ser mujer'” (Castillo, 2009).

Su interés de corrección lingüística asume, aunque no lo explicita, que la narrativa periodística está escrita principalmente por y para un género –el masculino– reiterando el error de pensar la comunicación sólo desde su emisión y desde un género definido.

Este tipo de estudios y recomendaciones universalistas de la sexualidad sólo son aplicables (e intentan ser coherentes) en discursos periodísticos, ni siquiera podríamos agregar a éstos los relatos de no-ficción de la televisión, pues no se reflexiona la televisión como un flujo donde distintos discursos, estilos, narrativas y temáticas se intersectan y entretajan en el discurso de los espectadores. Esta discursividad intertextual está presente en las discusiones del público que la presente investigación analiza y donde los formatos periodísticos están en un cruce mediático constante con otros relatos y estéticas en cruces inesperados del lenguaje televisivo.

El principal error de las políticas feministas de restricción y normativización del género en la comunicación está en desconocer las estrategias de producción y circulación de los significados de la sexualidad mediatizada, es decir, es un feminismo que pierde su atención en las relaciones de poder contingentes que construyen la sexualidad en la televisión, y en cambio es un feminismo que fija su atención en las cristalizaciones del género, confundiendo como idénticos lo social y lo mediático, restando a la comunicación su

Esto es, más leyes, más garantías, más derechos, más participación, más visibilidad, más presencia, más reconocimiento es “mejor”. Aunque parezca extraño mencionarlo, el sujeto al cual está dirigida esta política feminista de acción afirmativa es La MUJER, ahora con mayúsculas” (Castillo, 2009).

dimensión justamente política en tanto reúne tensiones. La confusión del feminismo restrictivo sucede principalmente porque los discursos mediáticos como el periodismo y el melodrama a primera vista disimulan las relaciones y estrategias tecnológicas de producción de la imagen, volviéndola así pura literalidad. Para explicar mejor esta práctica del “feminismo femenino” es necesario definir “lo político” y “lo social”. Lo social es –siguiendo a Chantal Mouffe– “el ámbito de las prácticas sedimentadas, es decir, de las prácticas que ocultan los actos originarios de su institución política contingente y que se dan por hecho, como si su fundamento se encontrara en ellas mismas” (Mouffe, 2009). Para el feminismo femenino o de la restricción, es propio de su crítica contra la comunicación considerar las mediatizaciones de la sexualidad como “cristalizaciones” de identidades, confundiendo e igualando comunicación con lo social, desalojando de su reflexión las estrategias y tecnologías que elaboran las representaciones del género.

Justamente son las representaciones mediáticas *irregulares* de la sexualidad —como pueden llegar a ser las in-creíbles imágenes de violaciones en pantalla o la descarada misoginia de la prensa— las que demuestran que los signos del flujo televisivo son más inesperadas y poliformas mediaciones tecnológicas, que “cristalizaciones” sociales. Estas representaciones irregulares, que llamaremos también paródicas por su rugosidad y no-literalidad, no se reducen al significado de su imagen sino que también logra su carácter inesperado en la interacción y circulación tecnológica con los espectadores, son entonces episodios más próximos a “lo político” definido como la posibilidad de reconocer las relaciones de poder que se articulan en cualquier tipo de espacio, incluso el mediático, o también definido como “la admisión de la naturaleza hegemónica de todo tipo de orden social” (Mouffe, 2009). La dimensión de “lo político” se ubica en una relación de equivalencia con el análisis de los discursos de los espectadores propuestos por la presente investigación, pues son discusiones abiertas que en sus vectores, lineamientos y desuniones elabora un corpus múltiple, propicio para reconocer las relaciones de poder y las técnicas mediáticas que instauran la *(in)estabilidad de las representaciones de la sexualidad en la televisión*.

CAPÍTULO 3 /

¿Tiene sexo la comunicación?

La relación entre comunicación y género es reducida constantemente a un contenido (el sexo) que se inserta y está inmóvil en el “interior” de la comunicación ¿Es el género un agregado de la comunicación, es decir un dispositivo identitario que puede ponerse y sacarse, mostrarse e invisibilizarse de forma mecánica? ¿o se trata de una problemática donde la sexualidad no es un agregado sino una dimensión subjetivizada que se desplaza y se articula en y con el proceso de producción comunicacional?

Estas preguntas están en relación con las diferencias ubicadas entre “la política” y “lo político” de la representación. “La política” entendida como un conjunto de técnicas y expertos o como “la expresión orgánica e institucional de las luchas de intereses que protagonizan la conquista y/o el ejercicio del poder” (Richard, 2008: 67-68), existe por consiguiente una forma de entender el género en la comunicación como identidades institucionalizadas que buscan la conquista del poder o, mejor aún, la mayor y mejor visibilidad de la identidad mujer en el discurso de la comunicación. Sin embargo, la dimensión de “lo político”, ese reconocimiento de las reglas y tecnologías de la hegemonía, entendido también como “los múltiples conflictos ideológicos-culturales y sus antagonismos de identidad y representación” (Richard, 2008:68) es una lógica pertinente aquí para abrir la restrictiva dimensión política de la comunicación.

Si la política se ha mediatizado y es el espacio público el que ha devenido en una

espectacularización de sus ejes constitutivos (Wolton, 1999), es urgente cuestionar el entendimiento de “la política” en la comunicación, desplazarla de las definiciones que la restringen a un trabajo realizado por expertos, donde se entiende que aquellos espacios televisivos donde la política es “explícita” son los noticieros, *realities* policiales¹², programas de discusión “política”, etc.; esta forma de entender la política mediatizada limita a una imagen explícita y un significado literal la política. Es por esto que el “feminismo femenino” restrictivo enfoca su interés en “la política” de los medios, porque ve en estos fragmentos unitarios de la televisión el único espacio de antagonismo político, es parte de un discurso de “lo serio”, es decir, representaciones políticas más verosímiles y por ende más hegemónicas que otras representaciones del género sexual mediatizado.

Sin embargo, la política feminista no se restringe a la imagen de “la política” a “las mujeres” asignadas biológicamente por la comunicación, sino que cuestionará los mecanismos de producción de las subjetividades, sus tensiones y relaciones de poder, es decir, el feminismo no-afirmativo pondrá en cuestión “lo político” de las representaciones, cuestionará y analizará el modo en que la producción simbólica se performativiza en el escenario mediático.



Imagen 3 (de izquierda a derecha) fragmento de docu-reality policial 133 de Mega, publicidad de teleserie nocturna *Infiltradas* y logo de docu-reality policial PDI: *Brigada Policial*.

¹² No es menor destacar la dimensión de una política de disciplinamiento ubicada en programas de televisión que abordan y ponen en escena lo “real” y la experiencia directa y relevante mediatizada. El carácter de *política escópica policial* es un factor determinante para la verosimilitud de programas de lo “real”, esta política policial es la del gobierno, la que “consiste en organizar la reunión de los hombres en comunidad y su consentimiento, y descansa en la distribución jerárquica de lugares y funciones. A este proceso le daré el nombre de policía” (Rancière, 2006: 17).

La comunicación como área de estudio se abre a la comprensión de “lo político”, pues es en la circulación mediática donde las disputas y re-elaboración de jerarquías de poder adquieren relevancia, es en la elección de ciertas representaciones y la marginación de otras donde se desenvuelve “lo político” de la comunicación:

“Infinitamente compleja es la relación entre el lenguaje y “lo político” (...) Acceder al reino del *logos*, es acceder al reino de lo político. Pues, en el orden del discurso es que se despliega y realiza un régimen de visibilidad y de existencia política. El régimen de la palabra ya conforma un régimen de inclusión y exclusión (Arancibia, 2006:17-23).

El feminismo es aquel dispositivo crítico que a través de la politización de “lo privado”, es decir el realce público de aspectos domésticos, hablas cotidianas y prácticas localizadas, logra tensionar la rigidez de “la política”. Podemos entonces extender el impacto “político” de la crítica feminista a las tecnologías de la comunicación, considerando ahora político no sólo los “contenidos” o imágenes de literalidad política, sino también las imágenes desplazadas por la hegemonía de lo verosímil periodístico, pero principalmente podemos proponer una revisión de la comunicación como dimensión donde el sistema sexo-género es una propuesta contingente de agenciamientos corporales, abierta a los conflictos y reapropiaciones inherentes a la mediaciones entre tecnologías de la comunicación y los espectadores.

Volvemos entonces a intentar comprender los modos de *inscripción* del género en la comunicación o, también y desde un modelo más tradicional, cómo la comunicación *escribe* el género. Cabe preguntar ahora y de manera reflexiva *¿Tiene un género la comunicación? ¿Tiene sexo la comunicación?*¹³ Esta pregunta que resta la neutralidad de la comunicación, sirve como crítica a aquellas propuestas sobre todo técnicas y mecánicas sobre el funcionamiento de la comunicación, miradas que consideran a la comunicación sólo como un receptáculo de la sexualidad.

¹³ Es una paráfrasis del original ensayo titulado “¿Tiene sexo la escritura?” realizada y respondida por Nelly Richard (Richard, 2008).

Por otra parte el género de la comunicación también cae en respuestas simplistas por parte del “feminismo femenino”, para las cuales la comunicación estará escrita por y para los hombres y en contra de las mujeres, esto supone responder que la comunicación sí tiene un sexo y ese sexo es masculino y promotor de normativizaciones patriarcales.

¿Sin embargo, qué ocurre con representaciones que escapan de la norma del género? Aquellas representaciones irregulares que tensionan las identidades sexuales, que se ubican en un *entre* los géneros o que se convierten en problemáticas representaciones del género porque no son suficientemente normales, que proponen una mirada *en tensión* de las sexualidades que emergen y desaparecen de la televisión. Por lo mismo es necesario mantener la pregunta como tal “¿tiene sexo la comunicación?” y describir el proceso de articulación. Estos “restos” del desborde de la representación, estos “significados inútiles” o deslegitimados son para la presente investigación parte de su observación y análisis,



Imagen 4 (de arriba a abajo) Dos programas juveniles de las tardes de 2010: *Yingo* y *Calle 7*

evitando así naturalizar la existencia de “sexos” en la pantalla, pues aquello significaría esencializar las representaciones mediáticas.

¿Cuál es el género sexual de la televisión? Volvamos a instalar la pregunta ya que debemos explicar las intensidades y permanencias de los roles de género y su mediación social en la televisión, cuestión que pierde simplicidad cuando abordamos un corpus de análisis tan disconforme, múltiple e impregnado en los cuerpos y las vidas cotidianas como lo constituyen los discursos sobre la televisión. Es un desafío analítico pues no podemos abordar el género sexual sólo desde una rigidez del contenido mediático, presuponiendo que el género de la televisión se reduce al género de la pantalla, ése que circula en las narrativas de la tecnología audiovisual; menos aún, si la presente investigación se ubica y se abre hacia otros *géneros* menos rígidos o manipulables como son las subjetividades sexuales de “hombres” y “mujeres” que hablan, restringen y (des)clasifican los géneros televisuales.

Es decir, estas subjetividades sexuales que presentan sus miradas respecto a la televisión y el género en la televisión, son menos aprehensibles en tanto “género” justamente porque su auto-categorización no aparece sino a través de las huellas, referencias y contradictorias afirmaciones sobre la pantalla y sus cuerpos mediatizados:

“Los programas juveniles lo que más traen es eso, es como denigrar a la mujer. Yo encuentro que es así (...) Que penca porque la mina llega ahí por el cuero y es algo netamente superficial, ¿cachai? Yo lo veo así (...) Yo lo veo de otro modo, en el sentido de que, ya, probablemente, si es que fuera así, alguna de esas tipas a lo mejor está estudiando y necesita plata y va y “¿tení buen cuero?”, ya, lo aprovechai, le sacai provecho, pero cuando no es el caso, cuando ya le dedicai tu vida a eso es denigrante” (FG 1, mujeres).

Es en estos fragmentos donde las omisiones, los refuerzos y las ideologías que sobrevuelan referencias sobre un género sexual polimorfo de la pantalla —que sería distinto al género sexual del público que es el *quién* de la emisión— que toma el *lugar* del género sexual de los espectadores, estos fragmentos desplazan un género original y es el territorio discursivo

donde diversas relaciones de poder adquieren escenificación. Hay, entonces, una propuesta de “ficcionalización” del sujeto “real” del género, el género deviene en un engranaje discursivo mediatizado postgenital, pues la biología científica queda subyugada ante un metaforización del cuerpo en el habla mediática del público. El modelo de posgenitalidad mediatizada tiene como protagonista un cuerpo que toma forma a partir de fragmentos que terminan por refractar y proponer una subjetividad mediática del público.

El género de la televisión es un género abierto a contaminaciones mediáticas y múltiple en tanto se presenta desde la dimensión de la categorización socio-cultural que circula en la pantalla y en tanto es re-significado a través de las lecturas generadas por las audiencias. Obviamente esta propuesta híbrida significa restar autonomía y aislamiento al significado de la sexualidad en la pantalla, pues en la presente investigación el género siempre aparece atravesado, relacionado y enunciado por sus espectadores; y, a la vez, éstos discursos del género de los espectadores sobre la televisión permiten reconocer los movimientos y estrategias enunciativas de la sexualidad en los espectadores, siendo así una relación concomitante que obligará a entender que cualquier referencia al *género* no será una referencia autónoma de lo femenino o masculino de la pantalla, sino que es siempre una referencia a un género hiper-accidentado por los flujos comunicacionales de los espectadores referidos a la televisión.

La relevancia del establecimiento anterior está en no asumir el verticalismo y omnipresencia de lógicas propias de la construcción social que asumen (aunque no explícitamente) una metáfora verticalista del género, donde éste se impone histórica y socialmente sobre la materialidad de los cuerpos, marginando de sus análisis cualquier tipo de resignificación de los sujetos que dialogan con este constructivismo social (Butler, 2002). Sin embargo, las subjetividades sexuales mediatizadas muestran una relación más recíproca y también ambigua entre la relaciones de género de espectadores y la televisión devenida en discurso social, ya que el género se muestra más vulnerable, más frágil en cada enunciado de los espectadores, presentándose como “un devenir ligado a la autodesignación” (Espinosa, 2010:61). Es la legitimación de voces y discursos de los

espectadores lo que produce una subjetividad desde donde analizar el género en/de la televisión, discursividad donde los géneros son restos esparcidos y no contenidos definidos y ni tampoco claramente establecidos, son los *restos* de género en la comunicación.

¿Cómo enfrentar la pregunta sobre, por ejemplo, la masculinidad sin tropezar con esencialismos? La presente investigación si bien no asume que existe *un* hombre o *una* mujer en la pantalla, sí reconoce una masculinidad en cada grupo focal segmentado por género desde donde surge el corpus discursivo analizado. Esto sin interés de institucionalizar las diferencias sexuales, ni menos limitar el análisis en la comprobación de que existe una asimetría entre hombres y mujeres “reales”, que sin duda aparecerá en los discursos de un público dividido por género, ni menos restringirse a señalar los “prejuicios androcéntricos [que] hacen suponer que en todas la sociedades las mujeres están subordinadas” (Montecino, 1996). Si bien a partir de los grupos focales de hombres y mujeres se reconocen las similitudes y distancias entre las percepciones según el género, para la presente investigación es imposible naturalizar este estado mental de las cosas, y en cambio se buscan las estrategias y tecnologías que sustentan las mediatizaciones de la sexualidad, es decir no basta con reconocer el estado de la “mujer” mediatizada sino cuestionar y abrir ése “sexo” de la televisión.

CAPÍTULO 4 /
Decir mujer no basta:
un modelo para el género mediatizado

En noviembre de 2009 Arenita, bailarina no profesional y ex-integrante del programa juvenil chileno Yingo¹⁴, cae de su departamento y termina en la Unidad de Tratamiento Intensivo de un hospital clínico. El cuerpo de Arenita es sintomático de las representaciones irregulares para la norma del género en la televisión, pues pone entre dicho la normal disposición de los cuerpos en escena. Arenita antes de su accidente interviene su cuerpo por medio de una cirugía estética para *modelizar* y normativizar su cuerpo mestizo con estéticas de modelos o *vedettes* rubias, logrando senos más grandes y una cintura más estrecha, aproximándose y siendo objeto de un discurso denominado como “opresor” contra las mujeres.

Sin embargo, Arenita tiene una personalidad agresiva que impide su normal inserción en el modelo televisivo, es una representación de la “mujer” que desacraliza los valores morales que impugnan la discreción de este género sexual como mito, un personaje problemático en la diégesis de su programa, a pesar de la superficial uniformidad corporal. Pero un exceso indicador de la relación problemática de la representación del cuerpo de Arenita sucede

¹⁴ *Yingo* es un programa juvenil de la tarde exhibido entre las 19:00 y 21:00 horas en el canal Chilevisión. Es un programa para adolescentes, protagonizado por jóvenes de cuerpos modélicos y otros poseedores de estereotipos más locales. El programa es netamente de entretenimiento y competencias, además del uso de narraciones amorosas en el mismo programa, lo que permite generar hipótesis sobre las relaciones heterosexuales y afectivas de los integrantes del *team*.

cuando, posterior a su accidente, re-aparece en la televisión bailando con su cuello ortopédico porque necesitaba el dinero para pagar su operación. Esta condición expone un cuerpo en desajuste, trastocando los límites humanos y “sanos” de la exposición del cuerpo en la televisión chilena. El cuerpo de Arenita se vuelve extático, es decir, hace referencia a un afuera donde las normas morales obligan a marginar este cuerpo que muestra la obscena relación entre sexualidad y mercado.

Otro episodio de Arenita, y quizás uno de los más impactantes y sobre-naturales, ocurre en el programa *Primer Plano*¹⁵ donde es invitada como entrevistada y termina en un estado catártico siendo transmitida en vivo drogada, es decir extática, fuera de sí. Esta imagen de una representación femenina siendo dominada por su cuerpo, siendo incapaz de responder y articularse coherentemente, y realizando además poses eróticas que pronto fueron interrumpidas por el programa, logrando estar en el aire breves segundos, sobrepasa los límites de la representación del género y no por razones patriarcales ni por victimizaciones de género, sino porque el cuerpo deviene en una *monstruosidad mediatizada*.

En algunos capítulos del libro *Los Anormales* de Michel Foucault (Foucault, 2000) el autor revisa cómo el discurso de la religión católica produce cuerpos que acogen (o elaboran la ficción de que son cuerpos que reciben) a demonios, generando, por ejemplo, orgasmos en mujeres o mejor dicho orgasmos que generan la fantasía discursiva de un demonio, que poseía sus cuerpos. Foucault señala:

“El cuerpo de la poseída, por su parte, es un cuerpo múltiple, un cuerpo que, en cierto modo, se volatiliza, se pulveriza en una multiplicidad de potestades (...) es un cuerpo/fortaleza: fortaleza cercada y sitiada. Cuerpo/ciudadela, cuerpo/batalla: batalla entre el demonio y la poseída que resiste (...) batalla entre los demonios, los exorcistas, los directores y la poseída (Foucault, 2000:193-197).

¹⁵ Programa de espectáculo nacional del canal *Chilevisión* donde las tensiones de la vida privada y los éxitos y fracasos de los personajes del relato televisivo son discutidos públicamente e investigados. Entrevistas y reportajes abordan los “escándalos” más destacados de cada semana.



Imagen 5 Arenita con su corsé ortopédico celebrando su cumpleaños en una discoteque

¿Quién/qué es el demonio en el desborde representacional “femenino” de Arenita? ¿Quién reprime ese cuerpo desorbitado? Un cuerpo que se muestra vulnerable, un cuerpo que exige su regulación es el interés de una comunicación interesada en normativizar y clausurar, o sino menos excluir este tipo de representaciones. En el caso del análisis de la poseídas, el interés es reconocer el poder de los discursos, dibujar una zona desconocida o aún no pensada sobre cómo se elaboran los cuerpos de religiosas y su relación con la sexualidad, cuerpos sagrados que en vez de su sobredosis de confesión y de conciencia produce la realidad del demonio, es decir que todo deseo impertinente era una intrusión del demonio en su carne.

En el caso de Foucault es el discurso católico de la confesión el que en la sobre-exposición de la conciencia individual y sus deseos, termina por provocar una paranoia que produce

sus mismos monstruos gracias a una articulación discursiva que sobrevigila los deseos de sus integrantes. En el caso de un personaje televisivo como Arenita, una sujeta que aparece como poseída por un deseo anormal, o mejor dicho, desposeída por toda norma que regule su circulación en la televisión, se permite preguntar ¿qué articulación discursiva promueve esta señalización de Arenita como lo extraño, lo irregular en la televisión? ¿Es realmente



Imagen 6 Arenita con su corsé ortopédico celebrando su cumpleaños en una discoteque

una identidad atrofiada, anómala, o se hace en una serie de dispositivos que van desde el animador, la separación de planos, los productos tecno-farmacéuticos en su cuerpo, su cuello ortopédico o su falta de amor heterosexual las causas que producen esta representación anormal?

En Arenita por sí sola no se encuentra la repuesta a la construcción anormal de este personaje, porque simplemente –y esta es la propuesta– Arenita como cualquier personaje sexual de la televisión no debe considerarse como un sinónimo de lo real, sino como un artefacto de la televisión, una mediación comunicacionalmente construida en intersección con las audiencias y la televisión. Arenita y cualquier personaje de la TV no se corresponde con una identidad unívoca y clausurada, no es sólo un personaje con género, raza y clase determinada, conceptos que se suelen desarrollar con cierta simplicidad como simples rasgos que permiten clasificar a los sujetos, que están en cada imagen de manera separada, sin superposiciones o sin quiebres.

La diégesis, el relato mismo de la televisión, los estudios de contenido y su cuantificación de lo que aparece en el texto televisivo o incluso el concepto de “representación social” pueden asumir que Arenita es una identidad real, es decir, aseguran sin prejuicios que la televisión es un espejo de la realidad, que las mujeres y sus estereotipos en televisión se corresponden con los estereotipos de la vida cotidiana.

Si estas visiones no se complejizan críticamente dejan a la deriva y no se preguntan sobre cómo se construye el cuerpo del personaje televisivo, qué tecnologías audiovisuales intervienen en la producción de este cuerpo, es decir cuál es la historia de este cuerpo mediatizado o —en el presente caso específico— cómo se construye y con qué tecnologías se elabora el género sexual de los cuerpos en escena, qué discursos —cómo los que observaba Foucault con los exorcismos— y a partir de qué instituciones se escenifica la sexualidad discursiva de los cuerpos en televisión.

Para abordar un análisis no normativo y que asuma las complejidades semióticas de casos anteriores es necesario intervenir las lógicas de lectura del cuerpo en la pantalla, ya no desde una perspectiva estructuralista que asuma sólo diferencias, semejanzas y jerarquías, ni tampoco desde una perspectiva neo-marxista que lea a la mujer siempre como un sujeto oprimido por una ideología patriarcal. Así abordaremos algunas propuestas de la teórica

feminista, Teresa de Lauretis, quien en *Alicia Ya No* (1992) propone un giro para comprender el cruce entre género y semiótica, es decir instala un modo de rastrear a “la mujer” en la pantalla. Primero develando que el signo “mujer” —la representación mediática— es muy distinta a la agrupación “mujeres” que refieren a la escenografía social. La “mujer” es más abstracta, universal y hegemónica, su uso puede repartirse por una diversidad de territorios arrastrando una “representatividad” que muchas veces tensiona y difumina contingencias locales (es lo que ocurre con la metáfora de la “mujer rubia” que se aborda en el capítulo 6). Pero enunciar un “mujeres” contiene en su pluralidad la presencia de una multiplicidad de cuerpos, historias, superficies y experiencias que se construyen de distinta manera, pero que se intentan agrupar en el concepto “mujer”. Estas diferencias producen urgentes precauciones sobre las facilistas generalizaciones que se pueden producir “leyendo” a los discursos que involucran la sexualidad en la pantalla, principalmente porque *decir mujer no basta* para describir los contratiempos que propone una lectura desde el género.

Una reflexión sobre la televisión y el género que utilizara como método el análisis sólo de los programas de televisión (se podría llamar “análisis de contenido con perspectiva de género”) tendría el problema de suponer y clasificar con demasiada sencillez y una mirada divisoria que los cuerpos en escena pertenecen o no a cuerpos masculinos o femeninos. Justamente al analizar el caso del personaje Arenita sin duda es innegable sólo con el ejercicio de “mirar” la televisión que Arenita se correspondería con un género femenino desde el cual se desplaza más o menos cerca de una norma hegemónica sobre las mujeres. Sin embargo ¿es Arenita una mujer? ¿se corresponde con la representación social de la mujer? ¿la economía, la política, la historia definen y determinan de igual manera a la mujer de la experiencia “real” y a mujer discursiva? ¿puede alguien identificarse con Arenita? O, para relacionarlo con la presente investigación, ¿podemos limitar a *ser* “mujer” a un personaje tan desbordado como lo fue Arenita?

El ejercicio de “mirar” el género “social” involucraría necesariamente poner en función esquemas categoriales y jerarquizantes donde lo femenino permanece distanciado de lo

masculino, de inmediato se instala una regla del género ante los cuerpos observados (Bourdieu, 2000). Sin embargo, el ejercicio de mirar *esquemáticamente* —propio de la sociología— es tensionando ante la confrontación con relatos que intersectan tecnologías mediáticas: confusión entre ficción y no-ficción, la escenificación de lo privado, la “participación” del público y el surgimiento de identidades que corrompen las normas sexo-genéricas tradicionales —entre otras complejizaciones— ponen en tensión una mirada “social” ante el cuestionamiento y desborde producido por unas *sexualidades mediáticas*. Para comprender la subjetividad del público y los territorios inciertos de la sexualidad mediatizada es necesario dislocar la mirada objetivizante que *lee* los cuerpos:

“los campos parciales de visiones se parecen más a un pestañeo constante, a una suerte de *tics* nervioso que desgasta el músculo visual, donde el daño óptico impide observar con claridad el ritmo cotidiano (...)El ojo de mi análisis pretende engañar las mismas epistemologías que la ciencia necesita cuando miramos un resultado, cuando utilizamos la estadística o cuando ordenamos por parámetros, haciendo pasar los datos o las experiencias por protocolos de significancia y claridad, de precisión y exactitud. La mirada disidente o el ojo desacatado trata ahí donde lo autoevidente deja de ser natural y se da la posibilidad de restarse de la mirada positivista de la clasificación, tratando de elaborar no lecturas “otras” o “fuera de” sino que se instala en la retina social de lo ya dicho para sobrepasar esos contextos” (Díaz, 2011)

La discusión en grupo, desde donde surge esta investigación, permite *desplazar* la identidad sexual escenificada en la pantalla, a través de la conversión de la sexualidad en un dispositivo tecnológico, un objeto deconstruible o una máscara sexual en último caso. Desplazar el género significa entenderlo como una cuestión mutable, móvil, desplazar el sexo significa también su “desmebramiento, el despedazamiento” (Spivak, 1994), un exterminio sexo-metafórico que ocurre en el escenario mediático y tecnológico —que es localizado por la presente investigación a partir de la discursividad de los espectadores— y que logra develar que “la cosa misma [el género] es su propia imitación” (Spivak, 2004).

La “mujer” es desplazada, deviene en objeto tecnológico, desde la mirada propuesta, una discusión en grupo permite descentrar el orden de la diferencia sexual, esa mujer que la mirada y la codificación de sus movimientos señala como una identidad “real” y asignada

comunicacionalmente como femenina en la discusión en grupo se cuestiona, no en tanto su sexualidad, sino en tanto su *performance* escénica, pasa a una dimensión no tan real, se aproxima más a un fracaso que a una entidad organizada y, principalmente, exhibe y es una visibilización de las técnicas de representación del género. Así lo señalan los entrevistados:

“¿Cómo se llama esa que se puso pechugas? (...) Yo creo que la *Luli* no es tonta, la tele la dejó como tonta. Es que ella no es tonta, sino que el personaje que ella trasmite...es como hueca, pero no es así. No porque la otra vez la estaban transmitiendo en *Primer Plano* y la mina habla súper bien, sabe hartito, pero lo que la jodió fue el personaje que escogió, el personaje, la farándula” (FG 4, hombres).

Se superponen planos de ficción y no-ficción, aparece una cotidianeización de los objetos de la pantalla, se toman posiciones moralistas y, por sobre todo, sorprende el cómo se



Imagen 7 Luli participando en el programa “Buenos Días a Todos” de TVN

reconoce un espacio meta-televisivo donde se describe el *backstage* de la escritura mediatizada. De esta forma, brevemente describimos la complejización del género en la pantalla por parte de una subjetividad mediatizada, donde la mujer discutida deviene en un objeto en constante(s) desplazamiento(s), un objeto que se pone en tensión y del cual se

develan sus fracturas.

Pues son los jóvenes entrevistados quienes se percatan (inconscientemente) de la complejidad de discursos que producen las identidades de género y que no se relacionan sólo con estereotipos ni con una determinación biológica; el público no categoriza simplemente en torno a los binarismos del género, su mirada es intertextual. La “mujer” en la televisión ya no sería simplemente una mujer –quizás– maternal, sino una mujer que se exhibe con desborde de lo privado, que se pone “en escena”, lo que de inmediato marca un hito para los modos de comprensión entre lo natural-real de una representación del género y la intervención tecnológica “no-natural” en la representación del género.

Los signos del género en la pantalla no son reductibles a una categoría “social”, se presenta, entonces, la tarea de cuestionar que la mujer de la pantalla no se corresponde universalmente con la “mujer” de lo social, de lo contrario se cae en una confusión que aleja las particularidades de un análisis que sucede en la comunicación. Obviamente, y como lo expresa el público analizado, las representaciones sexuales en la televisión no se pueden entender sólo como personajes y menos como representaciones de personas “humanas” (por lo menos, no desde un inicio), sino que se trata de tecnologías, signos, gestos, espacios, contextos, una producción y una recepción de este universo de significados.

Un análisis antropológico o incluso semiótico del género sexual en la televisión que se desprenda de un modelo lingüístico-estructural continuaría legitimando y restaurando una neutralización de la problematización de producción comunicacional y tecnológica del género en la pantalla, ya que como lo criticó T. De Lauretis este tipo de perspectivas “considera la diferencia sexual como una simple complementariedad dentro de la “especie”, más como un hecho biológico que como un proceso sociocultural” (De Lauretis, 1984:30). Una *mirada esquemática* de la sexualidad en la televisión no sirve más que para *naturalizar* las relaciones desiguales entre masculinidad y femineidad, naturalidad que no es cuestionada en su no-natural producción tecnológica.

Esta *mirada esquemática* suele refundirse de atributos biologicistas en sus argumentos debido a su ansiedad y alianza con una producción discursiva científicista. En un análisis clasificatorio del género sexual en la televisión se restituye una razón biológica que asumiría con facilidad clínica, a partir de los fenotipos sexuales, el género del cuerpo de la pantalla. Se trata de un proceso similar al de asignación científica del género por parte del analista de las ciencias sociales, entonces debemos dudar de si acaso un fenotipo es suficiente para asumir que estamos frente a un género. Para la presente investigación es más relevante por qué un fenotipo o categoría social reiterativa se instala en el discurso de la subjetividad mediatizada del público, es también reconocer cómo un imaginario del género es intervenido por las contingencias y lógicas mediales que aparecen en el habla del público.

Esta mirada esquemática que implica categorización y codificación uniforme se olvida de lo que Teresa de Lauretis en 1984 ya señalaba como lo relevante de la semiología, que no reside en su carácter mecánico que hace aparecer un sujeto, sino “en su afirmación de la existencia de reglas de codificación y, por tanto, en una realidad socialmente construida allí donde se pensaba se manifestaba una realidad trascendental, la naturaleza” (De Lauretis, 1984:52). Se trata de la tecnologización del género en la representación audiovisual, de hacer aparecer *el cómo se construye ese signo que asimilamos como género*, de los discursos médicos, políticos y de género que construyen el orden de los cuerpos. Porque podríamos concluir (desde una perspectiva de género) que las mujeres de la representación audiovisual son “íntimas” o “educadas en lo maternal” o “distanciadas de lo machista”, dueñas de una “retórica de la hermandad femenina” (Porter, 1990:73), es decir y, en conclusión, sujetas buenas y a la vez víctimas del patriarcado. Pero estas típicas determinaciones además de no cuestionar estos signos y de estar permeados sin reflexión crítica del discurso de género, terminan re-naturalizando el género femenino en la reposición discursiva de la mujer como víctima. No se pueden totalizar “las experiencias compartidas de las mujeres como grupo reconociéndolas como un fenómeno unitario” (Carrington, 1990:145).

Así desde una perspectiva *no-esquemática* la masculinidad ya no es sólo una identidad donde los atributos sociales —típicos de este género— en torno la independencia sexual y el uso de la razón “antes que los sentimientos” tengan preponderancia analítica, sino que ocurre un *desplazamiento* del objeto género sexual hacia una masculinidad desarticulada en su escenificación televisiva, ya que la subjetividad mediatizada del público visibiliza y reconoce la explícita “cita” que realiza una cierta masculinidad al “actuar cómo hombre” en sus relaciones sociales, el público *denuncia* casi moralmente el plagio y el seguimiento de pautas sobre las acciones de los protagonistas de la televisión:

“por ejemplo está Carol Dance en la noche va hacer un evento y va donde la polola (...) va, se pelean, hablan, terminan un tiempo y después vuelven y la historia, se repite, se repite y después todo llega a la televisión y se arma un tema y después se vuelve a repetir lo mismo” (FG 4, hombres).

No se trata simplemente de un personaje de la televisión con un género asignado, sino que la relación con la televisión y el público produce nuevas reconfiguraciones, más aún cuando se entrometen en la relación de la valorización del género y la sexualidad, ya que surge un eminente cariz de *lo político* en la percepción subjetiva sobre la televisión; por ejemplo, al ubicar y categorizar en dimensiones de la realidad verosímil o la ficción farsante las acciones de los personajes, que más que hablar de estos actantes de la diégesis televisiva se refieren al establecimiento de opiniones y valorizaciones moralizantes y más o menos legitimadoras de la representación mediática del género que es articulada por el discurso del público. El público al señalar que las sexualidades se vuelven reiterativas logra visibilizar cómo funciona el sistema televisivo que hace aparecer el género o cómo existen dispositivos que permiten generar una ambigüedad de la identidad. No se trata de consumidores pasivos ante el discurso de la televisión, tampoco subversivos, pero sí son opiniones que abren el signo de la televisión más allá de la semántica de sus códigos, que la señalan como una contradicción, es decir menos como una entidad y más como una subjetividad mediatizada.

No se podría responder simplemente que la representación de la mujer corresponde a una

totalización categorial que la define como carismática o maternal, porque más que una identidad, se propone una subjetividad sexual tecnologizada, un desplazamiento extremo de lo biológico, hacia las tecnologías que construyen la sexualidad. Y cuando se menciona “tecnología del género” no es una referencia simplemente a aquellos artefactos mecánicos, industriales que usa la mujer o su representación, sino que también los discursos que se entrelazan para construir la representación de la mujer donde por ejemplo en la televisión se particulariza y matiza a través de la relación entre ficción y no ficción, mercado y pornografía, entre otros contextos donde se ubica ese cuerpo sexuado mediáticamente.

La tecnologización del género no difumina la diferencia sexual, sino que señala su arquitectura y producción, devela cómo se elaboran estas sexualidades permitiendo una relación más híbrida entre el cuerpo y la técnica audiovisual como lo señala Haraway:

“Las ciencias de la comunicación y la biología son construcciones de objetos técnico-naturales del conocimiento en las que la diferencia entre máquina y organismo es poco precisa. Mente, cuerpo y herramienta se encuentran en términos muy íntimos” (Haraway, 1991:282).

CAPÍTULO 5 / Una televisión naturalista

En el interior del discurso emitido por los jóvenes de género masculino aparece un deseo constante por programas no-locales, ubicados en un *afuera* mediático-nacional y desbordado de relatos sobre la historia lineal y una naturaleza indómita por conocer. Es la insistente señalización de un deseo afirmativo por programas de canales como *Discovery Channel*, *Animal Planet* e *History Channel* que circulan en la televisión no abierta. Estas referencias demarcan cierta geografía subjetiva del género masculino, quizás la más hegemónica, que permite diferenciar contenidos “externos” de imágenes “internas”, donde las últimas siempre aparecerán como más banales, problemáticas y superficiales que lo extraño e *interesante* de las primeras. Estos canales mencionados anteriormente remiten a dos aspectos constitutivos y reafirmantes de la masculinidad: la naturaleza y la historia.

El paisaje de lo indómito mediatizado, lo salvaje reinstalado desde la cámara documental y la posibilidad de conquistar espacios irreconocibles y cuerpos de la otredad, a partir de la mirada de canales —que no son sino una posibilidad de una *neocolonización escópica*— donde la masculinidad reconstituye su rol dominante sobre territorios del tercer mundo, un “tercer mundo” mediatizado en el cual la mirada local no se reconocería.

Los huracanes, terremotos e inundaciones se asoman como demostración de una naturaleza violenta y descontrolada en canales como *Discovery Channel*, iconografía frente a la cual la masculinidad debe estar preparada y en conocimiento para enfrentarla. En otras ocasiones son cuerpos *distintos* (o simplemente de otro color) y costumbres ajenas las que posan

como objetos de un turismo mediatizado ante la mirada masculina occidental, creando problemáticas relaciones entre raza y televisión, generando una inferioridad semántica de ciertos atributos somáticos, biológicos o naturales que permanecerían intrínsecos a esos territorios descubiertos. La subjetividad masculina que instala su deseo y afirmación por los programas donde abunda la naturaleza indómita, no hace sino jactarse de un poderío que nombramos como *neo* o *poscolonizador* porque “organiza la totalidad del mundo habitado según una escala de más a menos civilizado, identificando las sociedades colonizadas con

Imagen 8: Imagen de programa de canal *Animal Planet* y el “hombre árbol” en reportaje de *Discovery Channel*. lo salvaje y lo bárbaro” (Nouzeilles, 2002:19). Más allá de la creación una otredad exótica en la representación de la pantalla, es relevante destacar la jerarquización subjetiva de la masculinidad mediatizada, su fuerza para generar separaciones sistemáticas entre rasgos



superficiales de territorios geográficos y/o corporales.

Este rasgo jerarquizante no es sólo atributo de una subjetividad masculina, sino que se entromete en las subjetividades sexuales en general, y traspasa otras áreas y texturas de inclusión/exclusión del cuerpo mediatizado. Así por ejemplo la superficie corporal se convierte en un atributo para el rechazo de las voces masculinas:

“yo a los tipos de farándula [los] encuentro muy estúpido, muy wueón, es el Schilling, ese wueón lo único que piensa es en las pesas. Es un cabeza de músculos. Es puro cuerpo y de repente llega a ser tan *asqueroso* tanto músculo que tiene, si porque por ejemplo en *Fiebre de Baile* no podía bailar bien por los músculos” (FG 4, hombres, la cursiva es mía).



Imagen 9: Imagen de programa sobre catástrofes naturales en *Discovery Channel*. Animales feroces en *Animal Planet*.

Sin embargo la masculinidad aparenta estar relacionada con una naturaleza mediática, articulándose como un espacio de reevindación de la necesaria hegemonía civilizadora donde “la represión de la propia naturaleza es medio y fin para el dominio de todo aquello que se concibe como *Naturaleza*” (Sambade, 2010). El signo mujer, los cuerpos no-occidentales y aquellos territorios en descontrol son otredades que facilitan la construcción de una masculinidad mediatizada dominante, sin desborde y de carácter tradicional.

Si bien para la teoría de género que instala como significados dicotómicos la naturaleza de la cultura como significados dicotómicos, como también lo femenino de lo masculino o, igualmente, los sentimientos de la racionalidad, en los dispositivos televisivos donde la masculinidad es generalmente la que invade y recubre los territorios de lo salvaje surge un desgaste de la polarización semántica entre naturaleza y cultura como dos campos opuestos, logrando convivir a partir del formato realista de los dispositivos narrativos, relatos de lógica predominancia de la historización lineal. Lo cultural es ahora la naturaleza

mediatizada. Es decir, estos contenidos sobre países descontrolados, guerras o sujetos que conviven bajo reglas no-humanas elaboran una subjetividad mediatizada que legitimará relatos distribuidos en formatos de *lo serio*, ya que su escasez de ficción y su desalojo de la banalidad de la sexualidad y los sentimientos —propios de formatos periodísticos o documentales— consolidan una subjetividad masculina que validará una narrativa audiovisual lineal y sin desbordes relacionada con “la cultura” de la televisión, espacios donde el espectador puede aprehender lo “desconocido”.

Lo “cultural” mediatizado deviene en un espacio narrativo sin pliegues y principalmente dueño de un lenguaje objetivo. Es así como la masculinidad genera un proceso de identificación con actores y objetos posicionados en el formato audiovisual de *lo serio*, legitimado en una discursividad periodística-documental, donde una subjetividad dominante destaca el rol de una experiencia *real* infranqueable en la expedición de otros territorios naturales. La subjetividad televisiva está obsesionada con un deseo de heroísmo construido al descubrir otras tierras, otros cuerpos, una otredad controlada a través de la mediatización objetiva de un viaje que aparece como extático a la televisión. Los fragmentos de un heroísmo televisivo realista son realzados por la subjetividad masculina,



Imagen 10: Periodista Rafael Cavada cubriendo la guerra de Irak en programa *Informe Especial*

más aún si se trata de experiencias testimoniales intersectadas en contextos de guerras o catástrofes naturales:

“es el Rafael Cavada, que lo mandaron a hacer notas, ¿a dónde?, a Irak parece, y el gallo *aperradísimo* cumpliendo con su trabajo y ahora como que se ha dedicado a hacer otro programa, pero él como que nunca se ha *desvirtuado* de lo que él estudió de su carrera, me gusta bastante como personaje de televisión (...) las otras personas que son admirables son los periodistas que fueron a reportear al sur cuando hubo el terremoto (...) los periodistas estaban allá y salían en cámara y las caras felices, super fuertes y después de cámara se quebraban enteros y era super fuerte estar ahí, entonces... igual esas personas demuestran que ser periodista es una tarea difícil y que en realidad hay que ser bastante fuerte como para poder ver todas esas cosas y quedarse un poco al margen, pero también sentirse parte de la cosas que están sucediendo, entonces igual es importante dar crédito a los periodistas que aparecen. Por ejemplo las notas periodísticas, hacen la noticia y después no los muestran más. Yo encuentro que más que los productores y los que presentan las noticias son más importantes ellos, *porque están ahí en el momento en el que ocurrieron las cosas, donde hay que tener más fuerza, donde la pega en realidad vale la pena*” (FG 7, hombres, la cursiva es mía).



Imagen 11: Periodista Rafael Cavada cubriendo la guerra de Irak en programa Informe Especial

El dramatismo de la experiencia periodística en la guerra de Irak o entre los restos de una catástrofe natural en el Sur son cristalizaciones de relatos de fragmentos de una subjetividad masculina mediatizada basada en las heroicas hazañas de trayectos por territorios externos, es la posibilidad de generar un hito, de legitimar un cuerpo

incorruptible e histórico a pesar de su distancia con el territorio “materno” original, un extrañamiento de la patria. Se refuerza una cierta identidad preferentemente masculina en la pantalla que destaca por su fortaleza y actitudes correctas frente a la audiencia. Sin embargo, el fragmento de discurso citado esconde un hastío por la cultura local, demuestra que lo *verdadero* y lo *auténtico* no se encontrarían en el territorio “propio”, en la experiencia cotidiana moderna, sino en un lugar *otro* y con otras normas como lo es el escenario de un guerra en medio oriente o el estado de caos social luego de un desastre natural. Se conforman así como espacios mediáticos de aprendizaje y aleccionamiento social, un exceso de autenticidad, bruta y sin editar que sería una respuesta a la banalidad y artificialidad de las cotidaneidades de los contenidos mediáticos.

La pérdida de reglas y la hegemonía de la fuerza primitiva donde “sobrevivirá el más fuerte” se refleja en estos episodios catastróficos que son valores e ideologías re-afirmadas por los televidentes masculinos; estas ruinas mediatizadas otorgan una posibilidad de reinención de la masculinidad televisiva a partir del *retorno a lo natural*. Estos trayectos y aventuras son similares a la experiencia de viaje realizado por hombres conquistadores en siglos anteriores, ya que los viajes de exploración se tratan de “relatos triunfales de la expresión civilizada de la masculinidad en que indefectiblemente los protagonistas, controlando las pasiones del cuerpo y basando sus acciones en la eficacia del cálculo racional, se imponen sobre lo salvaje” (Nouzeilles, 2002:167). La reivindicación y la articulación de una *representación de una masculinidad heroica* entre los relatos de exploradores a tierras patagónicas y la cobertura de un periodista chileno en terrenos de guerra son muy similares, si es que no idénticas a la experiencia subjetiva de los colonizadores. Además, en ambos casos la experiencia de lo primitivo y la sobrevivencia, producen una subjetividad masculina que legitima estas mediatizaciones por su carácter verdadero y hegemónico.



Imagen 12: (de izquierda a derecha) Periodista Amaro Gómez cubriendo los días posteriores al terremoto del 27 de febrero de 2010 en Chile. Imagen del noticiero 24 Horas de edificio colapsado post-terremoto en Chile.

A partir de estos restos heroicos televisivos la subjetividad sexual santifica e instala en un espacio privilegiado valores de una masculinidad arriesgada, inserta en lo legítimo, racional y otros atributos propios de un relato colonialista. Ahora bien a nivel de la producción de subjetividad mediatizada emerge, debido a la alabanza del gobierno de lo salvaje-masculino, una producción propia del público masculino donde se restituye a través de unos relatos neo-colonizadores la exclusión de un *otro* no-civilizado.

Asimismo, es legitimada una idea de cultura relacionada con experiencias realistas y auténticas que se ubicarían en espacios pre-modernos, donde no existiría la espectacularización de lo privado y lo no-racional. La cultura de lo real y lo verídico se expresa a través de un lenguaje narrativo periodístico. La cultura es pensada desde la subjetividad televisiva de los espectadores “hombres” como una cultura de contenidos formales, sin sentimientos y emociones que se indican como desviaciones propias de una comunidad pre-moderna:

“es que yo creo que como siempre se dice que Chile es un país en vías de desarrollo siempre se está buscando eso, el bien económico, personal, propio, cosa que incluso considero llega a *desvirtuar* a

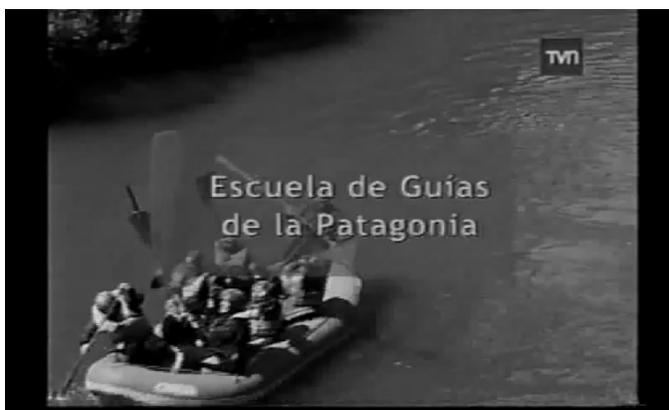


Imagen 13: programa *Frutos del País* de TVN

los programas culturales, “pucha ¿cómo lo hacemos?”, piensan ellos, qué les venden a ellos, “¡ah... ya! el *sufrimiento*”. Por ejemplo, hay cosas que me cargan de programas culturales, por ejemplo cuando muestran la vida sufrible de los campesinos en Panguipulli, entonces más que fortalecer a la visión de la vida naturista, porque si le preguntamos a esa persona si es feliz en su mundo, entonces vería que nos muestren como cultura el cómo viven de mal estas personas. Eso no es cultura para nosotros (...) *tratan de apelar a la compasión*. Claro, es que eso es lo malo porque eso es lo que llama la atención. Claro eso es lo malo, ese enfoque está mal” (FG 7, hombres, la cursiva es mía).

Las imágenes de lo cultural en la televisión para alcanzar esta categorización, según la subjetividad del público masculino, debe privarse de contaminaciones ficcionales o de un

exceso de teatralidad en la pantalla. Circunstancialmente los sentimientos son excluidos de la pantalla. Los jóvenes proponen una “cultura” aséptica, afirmativa y utilitaria para un “desarrollo país”. La cultura de la televisión desde la mirada de los espectadores no es una cultura de lo letrado o ilustrado, ni menos es un espacio para la producción crítica a través del debate público o la producción de antagonismos político-culturales; la cultura mediatizada no es un espacio producido a partir del conflicto de ideas, sino que *la cultura se presenta como un terreno uniforme* desde donde los espectadores pueden conocer lo desconocido, son saberes específicos ajenos a la corporeidad de la carne y a la proximidad local de lo espectadores. La cultura en la televisión siempre parece referir a un afuera: relatos de primer mundo que desarrolla nuevas tecnologías, tragedias que suceden en países no desarrollados y narraciones de experiencias ubicadas en la ruralidad; es una “cultura” que no se asemeja a conocer las proximidades contingentes del público, es una cultura sin tensiones políticas y, por sobre todo, poseedora de una racionalidad visual-objetiva que no se apropia de rasgos de la mediatización de lo privado.

En la cita anterior del público masculino, regresa la estrategia de aislamiento y producción discursiva de un *Otro*, exclusivamente salvaje, pre-moderno, rural o *naturalista*. Se legitima una aprobación por la conservación de la relación entre cultura y naturaleza donde el primero convive como un agente de conservación histórico-patrimonial de las realidades periféricas de la mediatización. A pesar de la buena voluntad de los espectadores, lo rural chileno sigue apareciendo como una representación distinta y distante a la vida cotidiana centralista, es decir emerge aún como una otredad narrativa.

En las discusiones del público masculino no existe una identificación con el *otro* rural (también extendible al *otro*-homosexual, el *otro*-mujer, en suma la posibilidad de alteridad), sino más bien un reconocimiento distante, similar a lo que podríamos llamar una “política de la tolerancia” que significa la incapacidad de producir la posibilidad desde la subjetividad mediatizada de *ponerse en el lugar del otro*. Si bien se reconoce y legitima el lugar de las representaciones cultural-patrimoniales propias de la ruralidad documental, destacando su condición relevante para la “identidad chilena”, este discurso respetuoso e

integracionista no hace sino traer en escena resabios de un discurso excluyente de las diferencias, creando ese *otro* “cuyas propiedades difieren de las nuestras y que en consecuencia no pueden ser acogidas en el concepto de nuestra identidad” (Rancière, 2006:47).

Asimismo la integración del *otro* rural se enmarcaría en una legitimación de un discurso de lo serio, buscando asignar a esta representación rural una existencia mediática *más real* que todas las otras representaciones de la televisión. Entonces ¿cómo se produce el cruce entre exclusión e invisibilidad pública de lo rural a partir de formatos de no-ficción que buscan justamente lo contrario, es decir visibilizar *realistamente* el contenido de su representación? El lenguaje periodístico o documental no necesariamente implicará una mayor condición de “verdad” pública y política del objeto de la representación, el discurso de “lo serio” no significa reconocimiento absoluto de lo representado, sino que funciona como un dispositivo visual que sirve para la *naturalización objetivante* de lo que aparece en la pantalla.

CAPÍTULO 6 /
Escribir *fuera* de la “mujer”:
La hostilidad femenino-homosexual de la televisión

Debemos poner en discusión y cercanía dos categorías que poseen diversas significaciones en su relación y que se entrecruzan inevitablemente cuando el público se refiere al sexo siempre fallido de la televisión, se trata de la representación mediática de la “mujer” y el/la “homosexual”, que aquí se presentan más como signos, imágenes y discursos que como una materialidad humana debido a los contextos tecnológicos propios de un contexto mediático. Reconocemos las diferencias biológicas y materiales de estos conceptos y estereotipos sociales de la sexualidad, diferencias taxonómicas que ayudan más a separar y distanciar sexualidades que se entrecruzan constantemente.

Por esto interesa reflexionar al revés y pensar los puntos de intersección entre los signos de “la mujer” y “el homosexual” de la pantalla, ante un estado donde ambas categorías sociales aparecen en *oposición femenina* frente a la masculinidad hegemónica de la televisión, asignándoles un permanente lugar de inferioridad como significados culturales. Esta oposición femenina también se puede entender desde una oposición *minoritaria* basada en un plano simbólico no-masculino, el “devenir minoritario” de Deleuze permite pensar las representaciones de la sexualidad no como “una oposición dicotómica de las posiciones de sujeto masculino y femenino, sino que lo hace en una multiplicidad de subjetividades sexuales. Las diferencias de grado entre ellas marcan diferentes línea de

devenir” (Braidotti, 2000:133). La *oposición femenina* (que intersecta las representaciones de mujeres y homosexuales en la pantalla) también es un agente simbólico de tensión en los



Imagen 14: (de izquierda a derecha) Sketch humorístico en programa *Morandé con compañía*; Adriana Barrientos en publicidad de reality *1910* de Canal 13; concurso en programa juvenil *Calle 7* de TVN

signos hegemónicos mediatizados, es una *otredad* discursiva desde donde se develan los conflictos entre el género y la comunicación.

Al afrontar las discusiones de los espectadores de la televisión las representaciones de el/la homosexual y la mujer son presentados como sexos víctimas de la violencia patriarcal mediatizada, si bien poseen distintos matices en cada caso, se re-afirma y supone la vulnerabilidad e incluso peligrosidad (por sus supuestos y desmedidos efectos) que poseen estas sexualidades mediatizadas ¿cómo traducir esta violencia aparente? ¿cómo interpretar la supuesta peligrosidad mediática de estas sexualidades? ¿qué poseen estas sexualidad mediatizadas que genera *miedos* y temores en el público?

La televisión chilena cuando es discutida y hecha cuerpo público en sus imágenes y contenidos sexuales no se duda en instalarla como una fuente reproductora del “odio contra la mujer”. La televisión por los espectadores jóvenes locales es re-presentada como un lugar desde donde la misoginia y diversas violencias son emitidas en las distintas programaciones y horarios emitiendo constantemente discursos en contra de la mujer “real”. La mujer “real” es *distorsionada* por la televisión como lo señala un adolescente: “porque siempre se le muestra como el objeto sexual, si *vai* a mostrar una crema *necesitái* una crema y *necesitái* una mujer desnuda, si es cerveza una mujer, si *necesitái* chicle, una mujer” (FG 7, hombres). Se hace explícito para el sentido común del público que las

mujeres son explotadas en el mercado de la televisión al reducir su cuerpo a una mera superficie sexual, vaciada de subjetividad e independencia, un objeto sin conciencia. El espectador empatiza con el signo *distorsionado* de la mujer y, más que ponerse en su lugar (cuestión que significaría la humillación pública), remarca las diferencias de la representación con los hombres: “A los hombres nunca se les muestran los genitales, pero a la mujer la muestran sin ningún problema, sin ningún tapujo, y a los hombres siempre los tapan, o les muestran acá, el puro poto” (FG 6, mujeres).



Imagen 15: Concurso en programa juvenil *Yingo*

Estas ideas sobre la sexualidad no hacen sino *problematizar*, en un sentido enfermizo y patologizante, las relaciones imperfectas entre los géneros femenino/masculino, determinar que la representación de la mujer es desde una perspectiva global *nociva* para las mujeres. El público, como muchos teóricos también, insisten en humanizar, es decir, hacer aparecer como verdaderas y reales, a las “mujeres” de la televisión, asimilando ficción y no-ficción. Esta asimilación de la subjetividad mediatizada hace que las imágenes de las “mujeres” posean una vulnerabilidad tan propia como las que se supone poseen las mujeres “reales” en la sociedad.



**Imagen 16: Premiación final del programa
Fiebre de Baile temporada 2010**

Si las mujeres aparecen como posibles víctimas y sujetos imperfectos en la representación de la televisión, esto conlleva una construcción de una esperanza de modificación y arreglos de las distorsiones estructurales de las cuales son víctimas las “mujeres” mediatizadas, es decir, la subjetividad mediatizada de los espectadores asume que es posible *re-establecer el género*, mejorar las representaciones de la sexualidad a un orden original y pensado como ideal. La tecnología ha sido utilizada para readecuar las sexualidades polimorfos o intersexuales, adecuar los cuerpos de mujeres y hombres a ciertos patrones culturales neoliberales y también para regular la fertilidad de la sexualidad femenina. Es así como tecnología y sexualidad conviven, pero en el caso de la asumida misógina televisiva los televidentes proponen *ajustar el sexo de la televisión* restando su machismo y neutralizando la eroticidad de las representaciones femeninas. Ajustar es un verbo que llama a neutralizar y reordenar un algo descalibrado, en este caso la sexualidad femenina es la inestable. Cabe preguntarse ¿cuál es la *normal* y equilibrada representación mediática de la sexualidad femenina en la televisión? ¿qué tanto es una defensa a los “derechos mediáticos de las mujeres” proponer *ajustar* el sexo femenino de la pantalla y no corresponde a una rearticulación de un orden moral de lo femenino?

El público al apropiarse de un feminismo discursivo instala una supuesta necesidad de equilibrar las representaciones de los géneros o, mejor aún, es un público que busca una

representación *igualitaria* entre las sexualidades, se busca así mejorar la condición de la representación “humana” de las mujeres, pues ésta se presenta constantemente vulnerada por una televisión que se piensa machista. Sin embargo, es imposible configurar un esquema de representaciones mediáticas igualitarias entre los géneros, más aún si la igualdad termina por borrar las diferencias y los conflictos de estas representaciones.

Desear normalizar o ajustar un cuerpo a una norma discursivo sexual hegemónica puede entenderse también como una neutralización ficcional. Lo humano aquí es un agente que denuncia las fallas de las mujeres y su distancia con un ideal de representación. Destacamos cómo el lenguaje de lo humanitario puede confundirse en la dimensión mediática, ya que desde un comienzo se niega la diferencia entre mujer representada y mujer “social”, y es así como la subjetividad mediatizada llama a regular políticamente esta violencia representacional del género. Se construye desde la subjetividad del público una sexualidad mediática defectuosa y siempre necesaria de ajustes normativos para producir una política identitaria humanitaria.

Esta defensa al cuerpo de la mujer representada (que funcionaría como espejo de la mujer “real”) también es a la vez una norma humanitaria que excluye los desbordes de los géneros, aspirando a armar más un género sexual oficial y universal, en vez de un género desarmado y localizado, siempre situado. La noción de lo humano no es un paraíso, sino que es un territorio también excluyente “porque lo humano está definido de antemano, en términos que son claramente occidentales, a menudo norteamericanos y, por lo tanto, parciales y de miras estrechas” (Butler, 2006:62).

Los conceptos humanistas aplicados a la televisión son limitados pues no reconocen las zonas de desborde y excesos propios de un discurso mediatizado donde los límites de lo público humanista son trasgredidos por la arremetida de una privacidad pornográfica. La norma igualitaria del género si bien ayuda en la producción de “identidades normalizadas” también ayuda a “*silenciar y excluir* del campo de la inteligibilidad cultural las posibles construcciones subjetivas que entren en conflicto de una u otra manera con la norma

dominante” (Pérez, 2005). La ilusión humanitaria de la “mujer” no es un discurso que busca proteger y ayudar este imaginario, sino un discurso propiamente misógino ubicado en la misma televisión debido a la connotación de vulnerabilidad que se demarca en estos cuerpos.

En el presente caso de la “mujer” de la pantalla es la discursividad del público la que silencia, desde una búsqueda de la igualdad política representacional, los excesos o residuos del signo mujer en la pantalla: “la mayoría de los canales nacionales, pero bueno puede ser más el Chilevisión y el Mega son super sexistas, lo único que le interesa es tener mujeres con tetas de silicona para que les suba el *raiting*. A esa hora están siempre los viejos mirando... los viejos calientes” (FG 4, hombres). Según la producción de la subjetividad mediatizada la representación de la sexualidad es fallida por su inherente hipersexualización o su inevitable significación erótica que corrompe a la mujer porque “la imagen de la mujer se ha ensuciado tanto con la calidad de mujeres que salen en la *tele*” (FG 2, hombres). Parecería que, según el público de la televisión, el cuerpo de las mujeres mediatizadas es inevitablemente problemático porque connota además un desborde de eroticidad que corrompería una moral del público o, también, se podría entender como que las mujeres son sólo cuerpo, una materialidad instalada como una presa para el consumo masculino heterosexual. Hombres y mujeres reconocen esta sobre-excitación que producen (supuestamente) estos cuerpos en la realidad social, porque a la televisión siempre se acerca un fragmento de la “realidad social” sólo para limitar y normar los desbordes de sus representaciones.

Pero si la televisión *explota* el cuerpo femenino, si odia a la mujer a través de las representaciones que produce y que denigran a la mujer como un sujeto reflexivo, restringido a ser objeto de deseo y no poseer ella su objeto de deseo ¿cómo la televisión será esa subjetividad masculina que el público dice que es? ¿se naturaliza una relación estereotípica de masculinidad dominante y feminidad pasiva? ¿el sexo de la televisión es el de un hombre patriarcal? En vez de definir “géneros” estáticos a un espacio de producción centrífuga de los cuerpos sexuados, es sin duda más pertinente establecer el rol de

producción normativo heterosexual de la televisión, lo que significa tanto instalar la ideología cultural de la mujer recatada y funcional a la empresa familiar y, obviamente, silenciar las relaciones de exclusión con la homosexualidad.



Imagen 17: (de izquierda a derecha) Abogada-conductora del programa de la tarde *Veredicto* y conductora de programa *La Jueza* de Chilevisión.

El silenciamiento de una sexualidad obscena (fuera del marco televisivo) es la estrategia de reproducción de una norma heterosexual en el público que aspira a restringir sexualidades *inciertas*, porque no existiría un suceso más denostado en la televisión como es la aparición de cuerpos (deseos) inciertos, es decir que no posean un futuro o trayectoria definida en la narrativa televisiva, que no se sabe cómo sobrevivirán esos cuerpos en la pantalla porque justamente no poseen la administración de una norma heterosexual que convierta los cuerpos mediatizados en representaciones de mujeres recatadas y dedicadas a la maternidad¹⁶.

Los cuerpos obscenos de la televisión, tanto por su excesiva violencia que los marca y

¹⁶Así ocurre con una amplia gama de cuerpos que rotan, circulan y desaparecen en el espacio de la farándula o programas de espectáculo, donde no se sabe cómo harán esas mujeres o “cuerpos-objeto” para volver a aparecer en la pantalla. El futuro de muchas de estas mujeres-objeto es *incierto* en la pantalla, se crea un imaginario de inestabilidad sobre su devenir que no hace sino poner en duda a estos mismos cuerpos. Basta revisar titulares de prensa de espectáculo de la televisión para reconocer los discursos pesimistas contra estas mujeres-objeto: “*Francoise y su tormentoso momento: “Quiero volver a ser la que siempre he sido”, “Vale Roth busca limpiar su imagen en Año 0: “Que la gente me vea como soy””, “Vale Roth transformó su romántico tatuaje en un dibujo cualquiera”, “Úbeda no habla de su ex: “Un minuto de silencio para Vale que está muer...”*” (Fuente: enportada.cl, consultado el 13 de Febrero de 2010).

también por el desborde de su significación sexual erotizada, son tanto los cuerpos objeto de la sexualidad, principalmente “femeninos” y la aparición de la homosexualidad en la pantalla. Las instituciones de poder no demoran en elaborar imaginarios de lo residual, producir sujetos/cuerpos perversos. Así estas perversiones “además de multiplicarse, son incorporadas a los individuos como una interioridad esencial o naturaleza que los define como sujetos” (Córdoba, 2005), estas obscenidades definen a sujetos, y al nombrar el público lo rechazado produce un cuerpo excluido, pero que asimismo es parte de la subjetividad heterosexual que intenta esconder y silenciar estas sexualidades, multiplica sus zonas de aparición¹⁷.

La ciencia moderna es un ejemplo notorio de una tecnología de poder que produce sujetos



Imagen 18: Secuencia en torno a un beso homosexual en la teleserie nocturna *¿Dónde está Elisa?* anormales a partir de sus leyes. Es así como la homosexualidad pudo (y en algunos casos sigue siendo) considerarse una patología. Pero también el psicoanálisis tuvo impresionantes episodios, ahora ya paródicos, para comprender la homosexualidad como una perversión frente a las normas establecidas donde por ejemplo “la heterosexualidad es “plena” frente a una homosexualidad [a la] que le falta el objeto esencial del deseo [la mujer]” (Hocquenhem, 2009:53).

¹⁷ Como señaló Foucault la tesis represiva de la sexualidad de la modernidad no significa que la sexualidad no dice o habla, sino que conforma todo lo contrario, produce un poder que desarrolla y multiplica aún más los lugares de las perversiones debido al aumento de los dispositivos de control. Y “mediante esta multiplicación el poder aumenta sus puntos de apoyo” (Córdoba, 2005).

Ocurre una similar arremetida restrictiva por parte del discurso normativo heterosexual en el caso del público de la televisión respecto a la representación de la homosexualidad, sintomática a la relación que ocurre con las mujeres-objeto de la pantalla. El público enfrentado a los tópicos homosexuales hace aparecer a la “familia” social para restringir los efectos de una sexualidad muy evidente y significativamente “sexual” en la pantalla. La “familia” es un dispositivo de neutralización de los potenciales disruptivos feminizantes:

“-Yo creo que es una cultura chilena, que le falta masticar eso, porque yo mismo de repente veo parejas de homosexuales besándose en la tele igual *me chocaría*.

-Es que onda no es que a uno le *choque*, porque yo no soy homofóbico, porque conozco bastantes gays y lesbianas, pero si ellos los muestran en la tele va a ocasionar más problemas porque aparecen en televisión y *cualquier persona lo puede ver*.

-Es que si es por eso, igual debe complicarle, porque por ejemplo *si uno es papá*, y no creo que esencialmente busque que sus hijos sean homosexuales, o sea yo creo que lo pueden asumir, pero no van a buscar que sean *gay*. Entonces en la tele que se destaca mucho formar opinión, especialmente a los niños que están recién formando su pensamiento, y eso es como que igual después lo puede *afectar*” (FG 7, hombres, la cursiva es mía).

Como un cuerpo que aparece y genera escozor presenta la mentalidad masculina (principalmente) del público la figura del cuerpo homosexual, otra vez, y al igual que la representación de la 'mujer' hiper-sexualizada, se confunde realidad social y ficción televisiva al nombrar estas sexualidades problemáticas (pero ajustables) en el discurso del público. Son cuerpos patologizados, es una enfermedad no sintomática, sino que afecta a quienes rodean y puedan observar a estos cuerpos sexuados no heterosexuales, es como si estuviera viendo a la mítica Medusa que tan sólo con mirarla te congela, *afecta* y contagia¹⁸. El público de algún modo pone en escena a la familia heterosexual tanto en un lugar de identificación imaginaria (“*si uno es papá*”) y además al presentar sumamente frágil la vulnerabilidad de la confusión de los niños y niñas que pueden conocer y descubrir estas

¹⁸ Medusa era un monstruo femenino, que volvía de piedra a aquellos que la miraban. Fue decapitada por Perseo, quien después usó su cabeza como arma hasta que se la dio a la diosa Atenea para que la pusiera en su escudo. La figura de Medusa puede servir –en una relectura feminista– como una metáfora de representaciones conflictivas de la sexualidad no-masculina.

sexualidades anormales y salir trastocados. Las referencias familiares subjetivas no son ejemplos de un público inocente sino el indicio de un reestablecimiento de una idea de familia y norma heterosexuales.

Debemos insistir en que éstas sexualidades —la femenina y la homosexual— no son ejemplo de “la anormalidad”, ya que si lo fueran serían llamadas a ser excluidas y se ubicarían no sólo al margen, sino fuera del espacio mediático. Sin embargo estas sexualidades *ajustables* aparecen y logran posicionamientos cada vez más visibles en la televisión, demostrando que la lógica de mayor visibilidad no involucra un mayor respeto por un género, sino que son espacios de disputa corporales que reedifican el poder de la norma sexual heterosexual, en tanto son cuerpos normativizados y que por lo tanto pueden convertirse o adecuarse a un territorio mediatizado donde sus cuerpos no sean rebeldes. Los cuerpos no-tan-heterosexuales poseen esa posibilidad de ser objeto de readecuaciones miserables en las lógicas de repartir las sexualidades de la pantalla:

“personalmente encuentro que [los homosexuales] no tienen una representatividad tan alta como para que se coloque el tema en todas las telenovelas (...) porque ¿en qué *porcentaje* de la población se hará esto? en un 0,1%, menos probablemente, entonces (...) hay que enfocarse en las *proporciones*” (FG 2, hombres, las cursivas son mías)

El cuerpo es medible y reacomodable en la representación, se instala la intención de una imperfección modificable de estas corporalidades. Es una producción subjetivada del público que busca sellar las fisuras sexuales de este género mujer-homosexual, porque sus cuerpos se inscriben en un lenguaje no-heterosexual conflictivo.



Imagen 19: Teleserie nocturna *Mujeres de Lujo* del verano de 2010 donde sus protagonistas son mujeres dedicadas a las prostitución de alto nivel

Por otra parte debemos señalar que la investigación permite reconocer distintos tratamientos de parte de los y las entrevistadas en los grupos de discusión respecto al tratamiento de la homosexualidad en la televisión. Si como se señaló la homosexualidad en hombres es una categoría que complica, incomoda y necesita de reestructuraciones normativas, para las mujeres entrevistadas en cambio la homosexualidad es aprehendida con mayor naturalidad y también es una excusa para criticar el uso de la sexualidad no-heterosexual en la televisión:

“es para decir que son abiertos de mente y todo. Yo lo encuentro muy, casi, no sé, como insultante en el sentido que tratan de hacer que son abiertos de mente y que no, y que no se diferencia entre opción sexual y todo pero yo creo que es como morboso” (FG 1, mujeres)

“Es que en verdad el tema por lo menos de lo que es las lesbianas sigue siendo un tabú para parte de la sociedad chilena, entonces yo por lo menos encuentro super interesante que se den como eso” (FG 6, mujeres)

“En una [teleserie] nocturna, no sé si era en *Elisa* o en *Alguien te mira* también hubo un beso homosexual y también fue el punto como más, y salió en el diario al día siguiente. Pero suponte yo

igual encuentro que es algo interesante, porque si es algo tan masivo, que llega a todo el público chileno, encuentro que es super interesante mostrar los tabú, las cosas que no se hablan en una mesa cachai, de familia conservadora” (FG 6, mujeres)



Imagen 20: Dos besos lésbicos en la pantalla

Para las jóvenes mujeres que opinaron sobre la televisión la aparición de la homosexualidad es una cuestión que pone en jaque las jerarquías y estructuras morales de la misma televisión, las mujeres espectadoras no reconocen tanto la homosexualidad como un peligro para su construcción imaginaria de la familia, no es una dimensión problemática para “su” género, sino más bien es un agente dañino para el orden y la ética que se denuncia como injusta en respecto a la representación de las sexualidades. La representación de la homosexualidad es un agente a discutir, es un elemento eminentemente político para las mujeres, a diferencia de la restricción que se produce en los espectadores masculinos.

Existe un temor ante la incertidumbre de los efectos sociales de estas sexualidades desviadas por parte de una mirada/mentalidad que aspira a consumir contenidos y cuerpos bajo una escritura eminentemente heterosexual. Se trata de un rechazo a la conflictividad del *lenguaje* de estos cuerpos, se aspira a cuerpos que no generen discusión en la arena pública (ideal imposible) porque éstos son cuerpos eminentemente públicos debido a sus

tensiones extramediáticas (extrañamente los cuerpos más inciertos en su futuro y desbordantes en su significación heterosexual son los cuerpos que se entienden como verdaderamente políticos, pues son éstos los que producen las tensiones estructurales de los marcos significativos, a diferencia de corporalidades planas y uniformes que no generan relaciones problemáticas en su recepción).

Cuando nos referimos a que estos cuerpos poseen un lenguaje conflictivo, significa entender y reconocer la posibilidad de una escritura diferente tan sólo por el hecho de aparecer como un suceso conflictivo y singular en la escena televisiva, es una diferencia en la lingüística visual o tecnología que componen el devenir de estos cuerpos disidentes, una producción de antagonismos desde donde emerge la condición política de los cuerpos públicos. Porque la mujer hiper-sexualizada de la pantalla, esa que asociamos en su exclusión metafórica con el/la homosexual, no discurre por los signos y prácticas del estereotipo heterosexual de la “mujer”(familiar, maternal, etc.), porque lo que “constituye a una mujer [heteronormada] es una relación específica con un hombre” (Wittig, 2006:43), esto a diferencia del cuerpo hiper-sexualizado y promiscuo de personajes femeninos de la televisión que se ofrecen a la mirada excitada de indeterminados consumidores hombres de la pantalla abierta. Asimismo la “mujer” estereotípica posee una “relación que hemos llamado de servidumbre, una relación que implica obligaciones personales (...) y también económicas (asignación de residencia, trabajos domésticos, deberes conyugales, producción ilimitada de hijos, etc.)” (Wittig, 2006:43). Estas reflexiones que cuestionan la categoría mítica de la “mujer” en tanto no señala las luchas y localizaciones de las mujeres reales, se basan y aplican –en el caso de Monique Wittig– a las lesbianas a quienes denomina como sujetas que *no son mujeres* por no adscribir al contrato social femenino heterosexual¹⁹. Si bien Wittig posee una escritura política del desencaje, su crítica y oposición a un esquema cultural heterosexual es útil pues denuncia cómo la heterosexualidad se reproduce en una

¹⁹Wittig plantea que las lesbianas no mujeres desde una perspectiva que busca radicalizar al sujeto lesbiano, siendo más una propuesta de desencaje epistemológico contra una heterosexualidad normativa. Además se podría criticar que su radicalidad produce otra identidad negativa de la heterosexual femenina, no reconociendo las posibilidades de las de ser no “mujeres no heterosexuales” sino ubicarse en el quizás de “mujeres-no-tan-heterosexuales” instaladas en el devenir y adscripción fragmentada a la heterosexualidad propia de identidades híbridas posmodernas.

polimorfidad de signos que instan y coartan que los cuerpos hablen un lenguaje de matriz heterosexual.

Más que definir esta matriz heterosexual, es relevante reconocer cómo los signos de ciertos cuerpos y sus significaciones hiper-sexualizadas producen problemas para la organización de la sexualidad según la orden del público y lograr así comprenderlo como un lenguaje extraño. La/el homosexual y la mujer poseen grietas para el público pues tensionan debido a la posibilidad de dañar la moral sexual televisiva. La voz del público no es sino una arremetida de enunciados moralizantes que emergen por lo problemático de cuerpos “no-tan-heterosexuales” y es así como se constituye una discusión propiamente de lo político y público de las corporalidades mediatizadas, porque el público y las personas espectadoras de estas identidades excesivas de significado sexual se sienten “muy bien y muy virtuosas por su simple participación de la denuncia de las “fuerzas malignas” que no serían sino esas sexualidades distintas, la subjetividad de los espectadores aparece bajo acentos de restricción moral para ganar el significado positivo del bien porque “la *oposición* 'nosotros/ellos' [cuerpos morales/cuerpos desmoralizados] constitutiva de la política se construye ahora según las categorías morales del 'bien' versus el 'mal'” (Mouffe, 2007: 81). Se demarca así la proyección político-cultural de la discusión de una sexualidad mediatizada que estamos planteando.

Estamos quizás ante un lenguaje audiovisual *Otro*, una composición televisiva que otorga mayor relevancia a la dimensión material de los cuerpos que ha otros rasgos psicológicos, emocionales o incluso racionales ¿Podemos entonces reducir a un discurso de victimización y violencia afectada y psicologicista a las sexualidades no-tan-heteropatriarcales? ¿Qué significa explicar las fallas y deficiencias culturales a partir de una incuestionada relación de dependencia dañina entre hombres y mujeres?

Una explicación facilista sería explicar las diferencias y desigualdades de las representaciones sexuales y su permanencia cultural a través del poderío masculino su producción de opresiones sexuales, sin embargo esta respuesta se puede desplazar hacia

una zona de legitimación del cuerpo afectado que habla desde “su” sexo, que circula y contagia con su sexualidad, que no dice más que “soy un cuerpo y un objeto”, sin producir interpretaciones que buscan reprimir y condenar la circulación coreográfica de estos cuerpos.

Lo mismo, pero desde otro ángulo: según el público las mujeres son reducidas al cuerpo, a un cuerpo que es objeto. El público aquí está asumiendo que el cuerpo no posee la posibilidad de construirse como un espacio de batalla, de oposición o simplemente sumisión, al afirmar que el cuerpo es un objeto, el público desea vaciar de subjetividad al cuerpo y negar su generación de discusión y conflictos públicos, su potencial problemático. Esta mirada desubjetivante se explica quizás por el éxito de discursos de género que condenan culturalmente la violencia masculina contra la mujer produciendo un discurso de *respeto hacia la mujer* o también, y más relacionada con nuestra propuesta, se asume con todo lo anterior que la cultura estaría inserta en un contrato siempre heterosexual, los televidentes dan por determinado que la televisión es parte de una cultura de hegemonía heterosexual y dominancia patriarcal. Más “claro”: el público de la televisión reitera una lógica discriminante que niega la posibilidad de producción significativa a los cuerpos no-tan-heterosexuales, ya que al afirmar que la televisión es machista, por lo tanto también misógina, está solapadamente y a través de una negación afirmando que la televisión *debería desear a la mujer correctamente*, es decir se re-instala una norma heterosexual a partir del deseo (no concretizante) de reprobación de la violencia contra la 'mujer' en la pantalla, pues da por hecho que existe un modo correcto (heterosexual) sin conflictivos de representar los géneros, reinstala un imaginario donde la “mujer” debe ser deseada por el hombre.

Lo anterior señala cómo la televisión re-pensada por el público es como si el género de la televisión fuera masculino, violento e incluso legitimamente (un poco) homofóbico. Pero pensar la televisión desde esta perspectiva sería imponer subjetivamente un modelo patriarcal y heterosexual en la relación televisiva de los cuerpos. El público está haciendo una lectura, una lectura que re-instala una hegemonía heterosexual al pensar que la

televisión violenta a la “mujer”. Sin embargo si la televisión violenta a la mujer y también a homosexuales, acaso la televisión no podemos pensarla –desde una perspectiva irónica y errática²⁰– en vez de una personificación masculina y patriarcal, pensar la televisión como la encarnación de un(a) *homosexual de clóset* que es sin duda misógino y asimismo rechaza a los/las homosexuales que se hacen visibles por no guardar reserva de una sexualidad problemática. Esto sería coherente con la psiquiatría de inicios del siglo XX que se encargó de consolidar una relación dependiente y enfermiza entre homosexualidad y mujeres objeto de deseo al señalar que “la homosexualidad será definida por su carencia (...) será planteada como odio hacia la mujer en cuanto único objeto sexual social” (Hocquenghem, 2009:53), es decir a la homosexualidad le faltaría el objeto esencial del deseo, una envidia la desarrollaría como una sexualidad anómala e imperfecta. Pensar la televisión desde este desplazamiento obliga por lo menos a imaginar una televisión no heterosexual, es decir donde la violencia no se explica simplemente a través del poderío masculino. Rompe así la lógica constante de un contrato que desubjetiviza lo no-heterosexual.

Una reflexión menos estática, pero sí más extática, sobre la sexualidades de la televisión, permitiría legitimar el significado de los cuerpos que son *puro* signo y materialidad, no restringiría la posibilidad de valorar el significado de la sexualidad que aparece en las corporalidades no-heterosexuales ¿Acaso ese cuerpo femenino fabricado con silicona o tecnología deportiva o esa sexualidad homosexual fabricada con tecnologías de saberes patologizantes, no son sino cuerpos legítimos de significar? Esa evidencia de problema de estos géneros no es sino un lenguaje posible, distinto sin duda al contrato legitimado por heterosexualidad que se piensa controla la televisión. Se trata de un habla distinto y si se desea incluso es un problema de raza-sígnica, es decir de fenotipos y fragmentos de la corporalidad-imagen que son indignantes para la estructura y jerarquizados en un sistema de valor minoritario. Pensemos la artificialidad de los cuerpos, la estética que desea borrar las marcas de lo local en los géneros, el vaciamiento racional de lo femenino y también la particularidad homosexual como *cuerpos posibles*, es decir no se trata de anular

²⁰Gayatri Spivak es una teórica feminista que propone dislocar una política de lo mismo, muy propia de los estudios de género = 'mujer', a través de la propuesta de alejarnos “de nuestras serias y elevadas certezas cuando llevamos a cabo la imaginativa tarea de salirnos de nosotros mismos” (Spivak, 2009:42).

cuerpos que no se adecuan a un orden estructurador moderno de la sexualidad, sino reconocerlos como tecnologías posibles del cuerpo.

No cabe duda que estas mujeres (más pornográficas y homosexuales) no son parte del imaginario de la “mujer” mítica, o esa ideología de la “mujer” que propone un discurso y *un deber ser* que oprime y no deja ver las diferencias y particularidades locales que la idea global/universal de mujer no permite reconocer debido a su lenguaje generalizante. Pero en vez de negar la escritura de estos cuerpos en la narración televisiva, es necesario abrir la subjetividad televisiva y pensar que es posible escribir “fuera” de “la mujer” o por lo menos en el borde o frontera de esa estructura normativa que define a la “mujer”. Si bien es imposible escribir aislado o aparte de la tecnología audiovisual, pues los cuerpos mediatizados se escriben con similares tecnologías, se trata de una escritura de cuerpos que escriben en contra de sí mismos. Porque “no querer figurar, no querer tomar al *Otro* bajo una forma corresponde también a fallarle” (Malabou, 2010:83). Sólo legitimando una escritura al borde de la “mujer” es posible otorgar el valor de un significado subjetivante a estos cuerpos desajustados.

Fisurar el lenguaje televisivo con un argot distinto y desplazado por la cultura hegemónica es una problemática propiamente feminista, el feminismo busca en ocasiones la legitimación de feminismos minoritarios que buscan visibilizar las diferencias que contiene la palabra social “mujeres” a diferencia del universalista “mujer”. Lo que se piensa constantemente de las mujeres saturadas de su sexualización, esa mujer “objeto” de la televisión, es que su cuerpo (preferiríamos subjetividad) no les pertenece, es decir no son dueñas de su propio cuerpo, no tienen posibilidad de decidir pues *su cuerpo no les pertenece* sino es al mercado, al patriarcado o al director hombre de la televisión, y obviamente con esto reafirman la posibilidad de responsabilidad y autoridad del cuerpo y subjetividad femeninas. Podríamos entonces insertar aquí para una dislocación política el enunciado feminista que demuestra el supuesto anhelo político de las mujeres “reales” de ser dueñas de la autonomía de sus cuerpos, como ocurre con los discursos feministas que buscan la legalización del aborto a través del lema universal –más concientizante que

subjetivizante—: “mi cuerpo es mío, yo decido”²¹. Esta afirmación posee la voluntad de esclarecer la posibilidad de lectura y decisión del cuerpo mujer, es decir que el cuerpo de la mujer sea capaz de *hablar por sí mismo* sin tener que preguntar a un poder, Estado u otra institución; o también significa legitimar la morfología de ese cuerpo, su lenguaje. En realidad el feminismo de la “mujer” al enunciar “mi cuerpo es mío” en un contexto de petición de libertad y autonomía de los cuerpos al Estado, está también legitimando la posibilidad racional de decisión de los cuerpos. Esto impediría que imaginemos como coherente montar la posibilidad del enunciado reivindicativo “mi cuerpo es mío” en el cuerpo y la discursividad de mujeres-objeto y homosexuales problematizados en la pantalla ¿Es posible aplicar la afirmación política “mi cuerpo es mío” a cuerpos que hacen estallar lo femenino como hacen estallar simultáneamente sus cuerpos con silicona? La respuesta es no, porque esta frase está cooptada por un feminismo que la recluye a la superioridad de una racionalidad o, mejor aún, significa una trascendencia para la mujer. La respuesta es doblemente negativa porque además las sexualidades no-tan-heterosexuales representadas en la televisión no serían sino pensadas desde una desubjetivización, es decir la imposibilidad de pensarse sino es a través de un filtro hegemónico y patriarcal que restringe sus movimientos, es decir son sexualidades que impedidas de enunciar el artículo y adjetivo posesivos de la frase, son cuerpos que no pueden ser poseídos sino es por otros superiores y más dignos.

Sin embargo si la afirmación “mi cuerpo es mío” fuera traducida abierta y posible en cuerpos que no buscan trascender como ejemplos de una feminidad política o través de decisiones éticamente más responsables, sería posible subjetivizar esos cuerpos objeto, dar posibilidad de decisión a representaciones de mujeres que evidencian las violencias en su exceso las estructuras, cuerpos que son más tecnología desvergonzada y que al afirmar “mi cuerpo es mío” estarían afirmando también que sus cuerpos pueden significar por sí mismo

²¹Así lo demuestra, por ejemplo, la campaña chilena “Tengo derecho a decidir” de las ONG's ACCION y La Morada. La campaña mediática “apela al espectador a ponerse en el lugar del otro, con cuatro testimonios representados por los actores Mario Horton, Amparo Noguera, Alejandro Goic y Claudia Celedón, que referirán la compleja experiencia que puede afrontar una madre o padre debido a la ausencia de una ley de aborto para casos acotados” en El Ciudadano (Consultado el 15 de enero de 2010: <http://www.elciudadano.cl/2011/01/24/ongs-presentan-campana-por-la-despenalizacion-del-aborto-terapeutico/>).

y que pueden decidir sobre esos cuerpos desnaturalizados. Estamos frente a un escenario localmente incierto, lo que no significa que no sea posible, pero de inmediato esta afirmación de parte de los y las desnaturalizados instala la duda sobre la posibilidad de esa autonomía idealizada: ¿es posible pensar a la mujer como propietaria de las tecnologías y códigos que la reproducen en el caso de la televisión?

Los cuerpos de la televisión son cuerpos en tanto están hechos más y menos visibles dependiendo de la apertura ocular de los ojos de los espectadores, son cuerpos también deshechos al pertenecer a un imaginario dominante de la mirada. Es importante volver a preguntarse como lo hace Alejandra Castillo mirando el feminismo “¿cómo puede la mujer ser su cuerpo, su *propio* cuerpo?” (Castillo, 2011, la cursiva es mía)

CAPÍTULO 7:

Fracturas mediáticas al discurso de género

Circula aún en la subjetividad del público un estereotipo en torno a la labor cultural *homogeneizante* de la televisión, es decir resaltar la borradura de voluntad y agencia de los espectadores para responder a una cultura televisiva que además se presenta como una *mismisidad* en la exposición de sus contenidos identitarios. Esta actividad de aletargamiento reiterativo que es reconocido en la pantalla, se presenta con mayor expresividad cuando se refieren a los contenidos o fragmentos televisivos que encarnan el “género” sexual en sus diferencias binarias masculino/femenino, así ocurre con el uso y abuso de la “mujer”:

“Moderador: ¿Qué imágenes en la televisión, que ustedes pueden ver, son distorsionadas?

Hombres:(...) la de la mujer definitivamente.

M: ¿Por qué?

H: Porque siempre se le muestra como el objeto sexual, si vaí a mostrar una crema necesitá una crema y necesitá una mujer desnuda, si es cerveza una mujer, si necesitá chicle una mujer (...) el más como representativo es la Luli, (...) la tonta rubia. Claro, la tonta rubia con buen cuerpo, que no sé po, que la mayoría, no es mi caso, quisiera, como para complacer no más al público (...) es que estamos en una sociedad machista.

M: ¿por qué? ¿qué es el machismo? ¿qué es una sociedad machista?

H: Una que pone en primer lugar al hombre, segundo al hombre, tercero al hombre y cuarto a la mujer. El perro antes de la mujer, así que pa' que estamos con cosas. No sé, el comercial que me gusta es el que está saliendo ahora, ese de que el hombre también tiene que ayudar a la mujer en la

casa, ese el único comercial que me ha gustado (...) el de “yo trabajo” que se convierte en cavernícola²²” (FG 7, hombres).

Existe una “mujer” estereotípica y categorial que es considerada por el público como una “imagen” errónea de las que serían *verdaderas* mujeres. Se trata de una “mujer” de la televisión más universal y generalizada, que estaría *oprimiendo* y afectando a las mujeres reales. Se genera una tensión y una anulación entre una mujer local (la espectadora y el espectador que piensa en *su* idea de mujer) y una mujer universal que denominaremos mediática y estereotípicamente como “la mujer rubia”. La mujer rubia es la mujer de todos: de la masa, del público, de los animadores, menos de ella misma; la mujer rubia es la femineidad residual de Marilyn Monroe y una innumerable lista de modelos y mujeres mediatizadas donde la representación de la mujer era sinónimo de sexualidad al servicio masculino. Así también la mujer rubia es un personaje que presenta complejas relaciones de colonización del cuerpo femenino mediatizado, al producir un “blanqueamiento” de los cuerpos mestizos locales, al ser el rubio del cabello una tecnología tan “extraña” y *artificial*:

“es tonta, me molesta verla, me molesta que aparezca en los programas de farándula (...) esa mina es una ofensa para el género femenino. Sí, es un ofensa. (...) Claro porque ella hacía ese personaje de tonta, pero es súper culta, es buena actriz y es así como la tele sigue menospreciando la figura de la mujer, tratándola de tonta” [FG 4, hombres].

Al enunciar a “la mujer rubia” se presenta una ficción de la femineidad televisiva que genera multitud de reparos por aparecer como una identidad totalizante que lograría borrar las diferencias y fallas de otra mujer, una “mujer” más real con la cual se identifican los televidentes. La mujer rubia por tanto es un artilugio siempre presente en la televisión, pero que sin embargo es ampliamente criticado, incluso por los hombres; pero, a pesar de su peligro, la mujer rubia continúa en la pantalla.

²² Se refieren a la campaña televisiva sobre “Corresponsabilidad” del Servicio Nacional de la Mujer de Chile exhibida durante el primer año del gobierno de Sebastián Piñera. En el *spot* publicitario aparece retratado como un cavernícola el hombre que no ayuda a la mujer en la casa.

Al parecer las mujeres no quieren ser rubias, sino más naturales, menos artificiosas y más “normales”. La mujer rubia, rechazada y denostada, es una imagen que permite el surgimiento de discursos locales del género mediatizado donde se buscaría la libertad en el rechazo de figuras dominantes del género sexual en la televisión. Asimismo en el ataque contra el estereotipo de la mujer rubia surgen las ansias por una subjetividad mediatizada y un género que buscan diferenciarse de una planicie extraña de la pantalla.

Si la mujer rubia representa esa homogeneización cultural a partir de la norteamericanización de los cuerpos femeninos y además la idea de mujer opuesta al uso de la razón ¿la queja de los televidentes contra la imagen dominante y homogeneizante de la mujer es una búsqueda válida por una alternativa de heterogeneidad y diferenciación de la mediatización del género femenino? Suponer que la escapatoria a la homogeneización mediático-cultural es la anulación, (en este caso el rechazo de esa mujer rubia artificializada), es permitir construir nuevos parámetros de normalización y homogeneización micro-mediáticas. Las tensiones entre la uniformidad y la diversidad de los signos debe considerarse una patología cultural constante, donde es peligroso desear *restar* a un otro “hegemónico” si esto significa instalar otra discursividad mediático-hegemónica.

El deseo de *diferenciación* de los televidentes cuando se posiciona como *enemigo* del otro de la pantalla y no como un *opuesto*, termina alcanzando una zona de exterminio de la categoría del “ellos maligno” al expresar sus discriminaciones en un “vocabulario de la moralidad” (Mouffe, 2007:82). Existe entonces un “nosotras” femenino que defiende sus territorios y signos a toda costa, eliminando la distorsión de un “ellas” (el estereotipo artificial de la mujer rubia), considerado una enfermedad, un mal y, asimismo, deviene entonces en una subjetividad del público que no reconoce los fragmentos de artificialidad de género que sin duda también son parte de su articulación. Además, esta *moralización* discursiva de la subjetividad televisiva produce la fantasía de una “identidad” que es aún más pura que otra, asumiendo que la artificialidad del género femenino denigraría unos

símbolos más “honestos” de las mujeres.

La moralización de un “ellos/ellas” desde un “nosotras/nosotros” se formula en la diversidad de intervenciones del público que intentan excluir semánticamente ciertas expresiones, se produce así una subjetividad mediatizada que moraliza constantemente los contenidos de la televisión para posicionar una imagen de género higienizada. Así el público busca diferenciarse creando un imaginario de un “otro” —también público— denigrado por las imágenes que consume. Esta práctica no se refleja sólo en referencias a la sexualidad sino también al carácter cualitativo de la televisión donde se excluye a un público estigmatizado así como *idiotizado*:

“Pero, ¿sabí que?, es como curioso porque si lo dan en televisión es porque seguramente le está como dando *rating* y están ganando con eso. O sea, la gente lo ve. Hay veces que dices “¡oh hueón!, ¿quién ve esta cuestión? No sé, como que después de almuerzo sale La Jueza” (FG 1, mujeres).

Más que recalcar y asumir una “identidad” o caracterización del público, es relevante reconocer las estrategias de enunciación del público, porque esta investigación no mide la calidad de la televisión, sino las cualidades de la subjetividad que habla de la televisión. Y es así como resalta en el público un deseo por diferenciarse que no es lo mismo que reconocerse como diferencia, ya que construyen un público que no buscaría convivir con otras diferencia(s), sino que busca eliminar una existencia mediática “otra”.



Imagen 21: Programa de farándula *Mira quien habla* entrevistando a dos animadoras de la televisión chilena (2010)

El rechazo a la mujer rubia por parte de un imaginario del “nosotras” del público confiesa una estrategia de defensa de un identidad mujer menos artificiosa, produce enunciaciones que buscan replegar el desborde de tecnologías que construyen la femineidad mediatizada, a través de la legitimación implícita de una mujer más natural o de una feminización de la naturaleza. No se olvidará que la defensa de un signo “nosotras” que se autodesigna como más legítimo, y en este caso más puro o virginal que otro, genera una problematización de lo femenino donde este cuerpo retorna y siempre estaría aparejado a una *naturalización* del género.

El signo mujer asociado a la “naturaleza” es una problemática constante en la enunciación del género que continuaría excluyendo a la subjetividad femenina de la posibilidad de intervenciones en espacios o performatividades racionales o públicas, dimensiones últimas relacionados con la masculinidad. El público defiende una experiencia “directa” y no intervenida tecnológicamente (como sucedería con la televisión que “interviene” la experiencia “natural” de las mujeres), pero esta defensa —que busca una diferenciación a partir de su alegato— de una experiencia no-tecnologizada no hace sino producir una subjetividad del “nosotras” mediatizado que no desea contaminarse con los *distorsionados* signos de la televisión y se instala como una circulación perdida en la elaboración de un cuerpo pre-mediático, un cuerpo que produce un imaginario que anhela: “un valor que parecería ligado a una realidad concebida como anterior y exterior a la mediaciones categoriales y discursivas, como fuente de un conocimiento vivenciado desde la naturaleza (cuerpo) o desde la biografía (vida)” (Richard, 2008:35).

Sin embargo, ¿es un agente *contaminante* de la femineidad la televisión? ¿pueden las tecnologías mediáticas intervenir u oprimir los cuerpos del género femenino que aparece como el “afectado”? Los discursos que elaboran una victimización del signo mujer, al instarla como una figura vulnerable ante la violencia mediática y al insistir en la necesaria protección que debe rodearla, deben ser revisitados debido a que también son responsables en producir un engranaje discursivo que posiciona en un lugar inferior a la mujer. Con esto se busca desmitificar el cuerpo “natural” de la mujer y abrir camino a una reflexión sobre

las construcciones discursivas y mediáticas del género ¿es acaso la mujer una víctima de los medios como rápidamente lo expresa el público?

Para producir potenciales aperturas a un análisis de la mujer que se enfrenta a la mujer de la pantalla es obligatorio detenerse en la fractura generada por la subjetividad de las mujeres. Si este público, en general, asume que la televisión produce signos del género que aprisionan a la mujer, se debe poner en duda el poder de *opresión* de los contenidos de género de la pantalla, pues son justamente las mujeres quienes se reconocen desde un “afuera” de la circulación mediática, es decir las mujeres reales quiebran e incomodan el supuesto de que la televisión produce mujeres en serie o caricaturas de mujeres estereotípicas; esta *fractura de la subjetividad* se produce en el instante en que el público “femenino” critica la posición de la mujer.

Sucede entonces que aparece un enfrentamiento entre “mujeres” (la de la representación versus la mujer de “lo social”), donde surgen por lo menos dos referencias sobre lo femenino y no una *mismisidad* como supone el público en general, porque tanto hombres y mujeres reales afirman la decadencia de la mujer en la representación:

“ (...) porque eso, por el tema de la exhibición, encuentro que se deja ver como un objeto [a la mujer] que si no *tení* extensiones y no *eri* rubia, no *tení* así unas pechugas, no vas a salir en Yingo y si no *tení* así un cuerpecito, entonces creo que se está estereotipizando mucho. Y creo que muchas niñas chicas también están optando a eso, a ser *cada vez más artificiales* y a aceptarse menos como son y eso no me gusta porque creo que trae muchas consecuencias (...) Y aparte, tú no vas a ver una tipa en la calle caminando con solamente un top y una faldita que es lo mismo que el top. De hecho es menos que la falda, es una pantaleta. Sí, y no vas a ver a alguien que se vista así normalmente como... pero vai a ver a una niña chica que la está intentando imitar: 'yo quiero ser como ella' (tono de burla)” (FG 1, mujeres, la cursiva es mía).

Las mujeres al criticar a la mujer de la pantalla abren la posibilidad de una subjetividad crítica que no es capturada, asimilada, ni tampoco “alineada” por los medios de comunicación, sino que a partir de un posicionamiento discursivo es capaz de situarse en un “afuera” de la representación de la mujer. La importancia de esta acrobacia discursiva está

en que la subjetividad sexual no sería un lugar de posicionamientos rígidos, sino que se expresa lo patente y casi obvio: es una dimensión móvil y de contrastes, incluso para un mismo género. La acrobacia discursiva posible en la subjetividad mediática fue expresada desde un feminismo en *desplazamientos de la mujer* como la posibilidad del sujeto de estar: “dentro y fuera de la ideología del género y es consciente de estarlo, consciente de ese doble tironeo en direcciones opuestas, de esa división, de esa visión doble” (De Lauretis, 1989).

Este argumento que apoya la subjetividad móvil, que busca la multiplicidad de posiciones del género, no es opuesto a lo expresado anteriormente sobre la peligrosidad de un discurso subjetivo que excluye y se apropia de un lenguaje moralizante para excluir una posición “otra”, sino que serían dos perspectivas que conviven y que en su polaridad son legítimas desde un análisis de la subjetividad mediática. Porque en la subjetividad mediática analizada ocurre tanto la negación del otro como también la estrategia de ubicarse en un “afuera” del género hegemónico.

Justamente, y como lo expresa De Lauretis, la característica del sujeto es su posibilidad de convivir en una contradicción, en una tensión entre un afuera y un dentro, sin embargo es sólo la opinión del público la que no reconoce esta “visión doble”, ya que el público sólo aspiraría a legitimar el afuera del género sexual de la mediatización, un lugar sin duda más cómodo y que construye un imaginario más rígido, naturalizado y auto-asignadamente verosímil de la sexualidad. Entonces la noción que legitima sólo un afuera de la tecnología mediática no reconocerá esa posibilidad de articular una sexualidad más dócil y móvil, sino que se proyectará como una dimensión estática y aséptica la sexualidad. Esta anulación de las transitoriedades subjetivas no permite imaginar géneros sexuales en cruce, sino en cambio produce una femineidad y masculinidad correctas e incorruptibles engañosamente distanciadas de la tecnologización. Queda concluida, entonces, que la mujer puede no ser pensada como “oprimida”, dependiendo del proceso de subjetivización que desarrolle el público.

Esta subjetivización polimorfa de la sexualidad se ve truncada y su bloqueo es reforzado por discursos políticos que resaltan la condición de aislamientos sin entrecruces de los géneros sexuales. Es así como el público en general reproduce —en el supuesto de que ocurra la opresión de la mujer frente a los contenidos televisivos— discursos de reivindicación y donde la mujer es imaginada siempre como el sujeto-objeto vulnerable. “Porque siempre se le muestra como el objeto sexual”, resaltan los hombres entrevistados cuando se refieren a las mujeres de la pantalla. Y aquí surge otra fractura del cruce entre política, comunicación y género porque son incluso los “hombres”, quienes desde su posición, sorprenden en el escenario argumentativo al aparecer como *agentes de defensa de la vulnerabilidad femenina*, sin silenciar sus quejas ante la situación de la mujer en la televisión. Se hace presente, entonces, en el escenario de la subjetividad mediática un discurso de género o, si se prefiere, un discurso que busca la igualdad de los géneros sexuales en la representación de la televisión. Pero ¿deben interpretarse estos gestos enunciativos como una expresión de un particular e inesperado *feminismo masculino* mediatizado?

Defender y resguardar el signo “mujer” (distinto a defender a la mujer “real”) no siempre es sinónimo de feminismo, sino que los discursos que enuncian la vulnerabilidad de la mujer bajo el título de “igualdad de género” producen y elaboran procesos de re-estigmatizaciones



Imagen 22: Francisca Merino y Marcela Vacarezza, dos panelistas del programa de farándula *SQP* (2010)

de lo femenino. La estrategia masculina de enunciar una defensa al género femenino continua religando a la mujer a semánticas de lo inferior, ya que como se presentó anteriormente insisten en dignificar sólo el afuera des-tecnologizado de la mujer, pero también se posicionan como un “ellos” heroico que presta auxilio a las víctimas. Obviamente es esta última, la metáfora de la victimización, la que más imposibilita producir y generar una femineidad que se escape de sus posiciones que la religan a lugares y tareas funcionales distintas a las masculinas.

Se debe profundizar en el repliegue de un discurso *feminista masculino* que abusa de una ley del género —esta vez entendido el género como norma y no como identidad en tensión—, ya que el público enuncia su queja contra las representaciones superficiales de la mujer en términos propios de una institucionalidad de la sexualidad, que reconoce una violencia contra un cuerpo y una representación cosificada de la mujer en la pantalla ¿Cómo se explicaría una relación aparentemente contradictoria de una subjetividad superficialmente feminista —pro-género— acuñada por el público y, a la vez, un público que convive y consume el exceso de imágenes de la televisión que no harían sino “violentar” la representación de la mujer?

Esta contradicción entre una subjetividad esquizofrénica del público compuesta, por una parte, por gestos feministas y, por la otra, por el conocimiento de que este mismo público consume y legitima en su consumo las representaciones “misóginas”, puede comprenderse desde el uso de una enunciación en términos de la *norma del género*. El “discurso feminista” que busca la idealizada igualdad del género, sorprende pues pertenece y es parte del habla pública de los espectadores masculinos (los “hombres” al mismo tiempo también son imaginados en el plano de algunas “teorías de género” y en el imaginario “social” feminista como responsables y ejercedores de la violencia contra la mujeres²³; sin embargo

²³ El imaginario feminista que acusa y denuncia constantemente la masculinidad ubicada y replegada en posiciones de poder que dejan de lado y que producirían la violencia contra las “mujeres”, además de reforzar las dicotómicas diferencias de género, plantea y busca responder al status precarizado de las “mujeres” a partir de una relación causa-efecto donde hombre y mujeres siempre se ubican en posiciones ajena. A nivel local una de las expresiones feministas más demostrativas de una radicalización entre hombres/mujeres, que termina por buscar la “salvación feminista” a través de la creación de espacios “afuera” de lo masculino, está dada por Margarita Pisano: “Las reivindicaciones no generan ideas distintas a las permanentemente

en el escenario mediático no aparece ni se culpa a un patriarcalismo ubicado solapadamente en la televisión como culpable de la violencia o desventuras femeninas, sino que sólo se culpa a la tecnología mediática, en general, para denunciar la situación vulnerable de las mujeres en la pantalla, es decir la masculinidad desaparece como sujeto victimario en la televisión). Los espectadores aparecen entonces como acuñadores de la teoría de género y se articula enunciativamente una defensa a *una imagen de la mujer* en desmedro de otras. Este deseo de *patrimonialización* de una imagen de la mujer —distante a aquella imagen de la mujer-objeto, superficial e intervenida tecnológicamente— se instala como una agencia de conservación y legitimación de un género femenino, sin excesos, sin desbordes, aspirando a un lugar de lo femenino clausurante. Entonces ¿es realmente una defensa de la mujer la arremetida de un discurso que propone un ideal de la mujer?

Entender el discurso de igualdad de género del público como una normatividad idealizada de la mujer, cae en la errónea confusión de igualar “género” como sinónimo de mujer (una mujer siempre vulnerada), trasladando todo un aparataje legal y normativo sobre el signo “mujer”; clausurando así posibilidades de contaminación semántica y resignificaciones de este signo. El discurso de género enunciado extrañamente por el público si bien busca defender un *estatus* de la mujer, provoca sin embargo un repliegue coercitivo contra esta figura, en tanto no concibe ramificaciones infecciosas del significante mujer en la pantalla, desautorizando reapropiaciones ilegales ubicadas fuera del significado común, consensuado y privilegiado de la mujer. De inmediato el discurso de género instala una sola visión legítima de su significado principal “la mujer”.

El género se instala en el discurso para denunciar cierta desventaja de la representación de las mujeres, pero también *género* se convierte en una norma que limita las expresiones de la mujer en la pantalla. El público asume que la mujer vaciada de racionalidad, esa mujer casi siempre rubia y tonta, se comporta como una representación dañina para el género

remozadas por la masculinidad: la igualdad, el respeto, la tolerancia, la libertad, son conceptos elaborados desde el cuerpo histórico varón; sus reivindicaciones parten desde una historia legitimada, las de las mujeres, no. La libertad vivenciada por un cuerpo mujer, domesticado y con potencialidades reproductivas, es radicalmente distinta a la del varón” (Pisano, 2004:26).

femenino, como si las imágenes contaminaran a la mujer “social”, rechazando de inmediato la posibilidad de coexistencia entre estos diferentes rasgos e imaginarios de la mujer, negando que esa superficialidad tecnológica de la mujer-objeto puede también ser parte del signo mujer.

El discurso de género se plantea desde una línea normativa (revisar Capítulo 2) que cuando aparece en la subjetividad del público sirve como mecanismo para neutralizar la amplitud de significados de “la mujer”. Género y mujer son conceptos que se confunden constantemente y que se deben aclarar, no para reivindicar uno sobre otro, sino para demostrar cómo el uso del concepto género se ha constituido como una institución normativa de la mujer:

“En su acepción reciente más simple, "género" es sinónimo de "mujeres" (...) el empleo de "género" trata de subrayar la seriedad académica de una obra, porque "género" suena más neutral y objetivo que "mujeres". "Género" parece ajustarse a la terminología científica de las ciencias sociales y se desmarca así de la (supuestamente estridente) política del feminismo. En esta acepción, "género" no comporta una declaración necesaria de desigualdad o de poder, ni nombra al bando (hasta entonces invisible) oprimido” (Scott, 1996).

El género neutraliza la multiplicidad de modos del devenir mujer en las representaciones instalando una hegemonía de una mujer letrada, racional, informada y cultural, donde esto último se entiende como la acumulación de saberes. El discurso de género —o sus proyecciones inesperadas y no explícitas— transitan en el trayecto de la subjetividad mediatizada cuando se refiere a la televisión. Es así que la defensa de una mujer natural, local y poseedora de una experiencia auténtica, en contraposición a una experiencia de una mujer mediatizada, intervenida por la tecnología y en extremo artificial (casi al llegar al punto en que la mujer-objeto de la televisión deviene en un cuerpo transexual debido a la producción tecnológica de la femineidad corporal), es una proyección de la normatividad de un discurso de género que no reconoce las contaminaciones con las que convive el signo mujer en la pantalla.

La política consensual y normativa del género se presenta en diversos casos de protagonismos de la mujer en la pantalla. La normatividad del género sobre los cuerpos-en-tensión de la pantalla puede incluso instalar, además de promover la naturalidad del cuerpo y la exclusión de rasgos exógenos, una política *neo-patriotística* del cuerpo femenino que emerge al aparecer en escena una mujer que necesita el auxilio y la defensa ante la vulnerabilidad frente al discurso dietético del género sexual en la televisión que también oprimiría a la mujer (eso sí desde un plano distinto al del discurso del género). Este sentir neo-patriótico del cuerpo mediatizado es presentado por el público:



Imagen 23: Luli en programa nocturno de espectáculos *Fiebre de Baile*, temporada 2010

“(…) también es como empieza a influir en el tema de autoestima porque al no poder ser como ellas y *veí* que alguien cercana a ti es como ella, es como, te va a deprimir y te va a bajar mucho el autoestima. Por ejemplo, que salió el otro día en el diario, que le dijeron gorda a la Luli ²⁴ y pa' mí

²⁴ Se refieren al caso de Luli (personaje femenino del espectáculo) quien fue acusada y estigmatizada por una talla corporal inadecuada para un programa de concurso de baile. Así lo ilustró la prensa de espectáculos : “Toda la carne a la parrilla, harta carne” (Willy Geisse), “Si yo fuera tú (...) bajaría un poquito de peso” (Karen Connolly), “Estoy de acuerdo con Karen (...) el peso, de aquí para abajo” (Francisca García Huidobro). Esos fueron los comentarios que el jurado de *Fiebre de Baile* le hizo a Nicole Moreno [Luli] tras

eso igual fue súper chocante porque yo dije: sí, ella no es un palo pero tampoco es gorda, o sea, tiene un *cuerpo normal*. Sí, o sea yo encuentro que tiene el cuerpo de *una mujer chilena* (comentarios colectivos)... la tele aumenta como cinco kilos. Y las mujeres chilenas tampoco son flacas ni son altas ni tienen así unas piernas, ni son con una cintura de avispa, entonces como que después mostraban que ella decía ahora: “estoy comiéndome una lechuga” (...)” [FG 1, mujeres].

En el extracto del público citado es reconocible una tensión entre el cuerpo normal (natural) y un cuerpo anormal (artificial, dietético), esta tensión no es evidente en la circulación mediática sino sólo es parte de las tensiones de la subjetividad mediática presentes en sus referencias a la sexualidad. Por lo tanto no es una tensión natural del escenario mediático de la pantalla, sino un conflicto producido por los argumentos del público. Es obvia la compleja relación que inserta el concepto “cuerpo normal” en torno a la multiplicidad de



Imagen 24: Luli escuchando al jurado en programa nocturno de espectáculos *Fiebre de Baile*

los cuerpos: lo normal siempre dejaría de lado y al margen otro tipo de cuerpos al autodesignarse como un cuerpo legítimo. Pero es la defensa al cuerpo normal —una estrategia que aparece como justa en tanto se nutre de una lógica de género que busca una

su debut en el estelar bailando reggaeton. Y no bastando con eso, Francisca Merino desde el backstage, señaló que hace un tiempo que la rubia lidiaba con sus “problemas de sobrepeso“. Resultado, Luli salió del programa llorando” en *Luli amaneció triste por críticas a su “sobrepeso”*: “Estoy mal”, Lucía López, Revista Electrónica EnPortada.cl (Consultado 5 de febrero de 2011).

igualdad de las representaciones sexuales— la que se articula desde una operación y conjugación patriótica entre el cuerpo de la mujer y un nacionalismo propio del género.

El cruce entre los signos patria y mujer es una estrategia local, histórica y política de enunciación del género. La mujer suele querer confundirse en el territorio nacional, ser ese espacio que cobija y administra el orden de los cuerpos. Este cruce es eminentemente conservador como lo demuestra el análisis de discursos de mujeres de derecha para la “Marcha de las Cacerolas” que fue una manifestación en contra del presidente de la Unidad Popular, Salvador Allende. Estas mujeres salieron a la calle ante un estado político y de significantes que veían en crisis, sus cuerpos se disponen en el espacio público para llamar la atención y, principalmente, porque se sentían “depositarias del territorio”, eran las “madres que interpelan a los hijos” a “ponerse los pantalones”. La mujer deviene en una madre de la nación es la “matria que se 'sacrifica llorando de rodillas' en nombre de sus hijos, para purificar los signos 'sagrados' que han sido profanados, y así permitir la continuidad de ese espacio donde ella reina” (Montecino, 1991:109). Así la maternidad femenina es escenificada para neutralizar una crisis, para organizar signos en conflictos. Un episodio metafórico similar ocurre con la mujer de la televisión que es abanderizada por el público como “la representante” de “el cuerpo de una mujer chilena”, un cuerpo patriótico que rechaza cualquier tipo de intrusión “externa” a lo natural de su cuerpo, la subjetividad televisiva no desea reconocer patrones dietéticos de la televisión que se infligen sobre el cuerpo de mujeres chilenas. Por otra parte, al mismo tiempo que la subjetividad mediataza expresa una defensa de género a favor de la mujer, esta lógica heredera de un feminismo normativo no hace sino producir *un discurso de género patriótico que abusa de la victimización del cuerpo de “la mujer”* para instaurar una normativización de un cuerpo enclaustrado en un estatuto *natural*. La defensa a favor de un cuerpo patriótico —normal y natural— posee un complejo trabajo de territorialización político-normativo del cuerpo.

Más que importar si la televisión genera y produce discursos que dañan a las mujeres reales por producir “patrones” a seguir, (que no es sino creer ingenuamente que el público es dominado y logra imitar fielmente los estereotipos), es relevante detenerse en la tensión

alimenticia que presenta el caso de *Luli* quien fue acosada por un sobrepeso inadecuado en el programa donde participaba. Sería obvio insistir en cómo la diégesis televisiva produce discursos que impiden a la mujer alimentarse, donde la comida es una resta que se instala como dieta, donde la mujer es un cuerpo *clausurado* y truncado en su goce (Bordo, 1999). Frente a la tensión producida por una norma dietética que aflige y victimiza el cuerpo de la mujer, la subjetividad mediatiza realiza una estrategia de contraataque y legitimación de un cuerpo nacional, no imperfecto, sino natural y con pequeños excesos. En esta estrategia discursiva de la subjetividad más que ser relevante las imperfecciones del cuerpo local, se busca terminar con la relación crítica a partir de una normativización nacionalista: no es entonces que el cuerpo local esté en tensión o se reapropie de normas americanas o dietéticas del cuerpo, sino que el cuerpo de la “mujer chilena” es significativamente diferente al cuerpo extraño de la mujer anoréxica de la pantalla. De esta forma, la posibilidad de reapropiación local de signos corporales y normatividades del género son anuladas por una subjetividad nacionalista-matriarcal que expresa el público.

Donde sí ocurre una tensión del género —en tanto se instaure un conflicto irresuelto entre distintos significantes de la sexualidad, sin que necesariamente alguno de estos significados del cuerpo aparezca como el victorioso— es en ciertas reapropiaciones *incomprendidas* en torno al rol de la mujer superficial, objeto y no-maternal que circula en la pantalla y que es constantemente denostada por el mismo público. También la subjetividad mediatizada del público puede, en sus posibilidades, dislocar el significado hegemónico y negativo contra la mujer-objeto, que ya no es leída sólo como un cuerpo superficial víctima de discursos opresores, sino que ocurre un desplazamiento y reapropiación *positiva* a partir de una subjetividad que se aprovecha de los signos, que subvierte algunos significados del género sexual y que propone ya no a la mujer superficial y víctima, sino una mujer artificial pero *sagaz*, un estereotipo de la mujer fuera de los márgenes de un discurso de género normativo. Se trata de un figura tensionante de los valores femeninos y menos legítima porque son mujeres que superponen una reconocida relación de mercado y comercio entre sus cuerpos y la pantalla, donde la pureza maternal es desplazada:

“-Va a ser súper ridículo pero como que me gusta un poco la Anita Alvarado²⁵. Es súper ridículo lo que acabo de decir pero me gusta ese papel de mujer *aperrada*. Esa es la imagen que me gusta de ella. *Que ha sabido salir con sus hijos, a pesar de todo*. Sola y lo que la han criticado y todo... Me gusta la forma de ser de ella y la forma de ser mamá. (...)

- ¿Y qué significa ser mamá?

- Ser aperrada, no sé, hacer todo por sus hijos, o sea no me refiero a hacer la...

- Pero ella no lo hace sola (...) o sea, ella no tiene hijos y no lo va a mantener ella sola. Obviamente le va a pedir al gallo con el que tuvo el hijo, una pensión. (...) Por algo ella no hace nada gratis, por algo hace peleas para salir en la farándula, ¿cachai?

- Pero yo la encuentro una buena mamá.

- ...y utiliza su imagen con su hijo para después tener plata.

- No creo que los utilice para tener plata.

- Síiiii, o sea el último embarazo lo saco en la tele y todo y obviamente van a pagar por las imágenes (...) No sé si tan aperrada, o sea, es una mujer que se acostaba con toda la gente y que le sacaba plata así.

- Pero ella *como mujer se acuesta con quien quiere*.

- Pero por eso estoy diciendo, una persona aperrada sale adelante de otra manera, no acostándose con los hombres y pidiéndole plata (...) que si ella fuera una buena mamá, no estaría haciendo farándula con su hija y echándola de la casa (...) Yo me refiero a que la mamá no sé cuan aperrada es porque usaba la imagen de su hija pa' tener plata, entonces una persona aperrá no está utilizando a sus hijos para salir adelante.

- Tú lo *veí* como que la utilizan. *Yo no lo veo como que lo utiliza. A ella le gusta la tele, ella de eso vive. No puede uno criticar de lo que vive la gente.*

-Claro, es como su trabajo entre comillas.

- Pero con su hija no podí tener una pelea y la dejai mal.. fuera de cámara y ganai plata.

- ...

- Yo no encuentro aperrado eso. Una persona aperrada *sale adelante*” [FG 6, mujeres].

El público presenta esta constante tensión que genera una fisura al significado de la mujer maternal del discurso idealizado por una corriente moralizante de la subjetividad

²⁵ Anita Alvarado, también conocida como la “Geisha chilena”, es un personaje del espectáculo chileno que aparece como problemático por su historia y estilo de vida. Alvarado tuvo un pasado como prostituta en Japón, sin negar nunca su identidad histórica, participó en variados programas siempre invitada para producir o generar polémicas, transgresiones y otros quiebres mediáticos. Por otra, parte su condición de ex-prostituta nunca la hizo negar su interés por la televisión sólo porque significa la posibilidad de ganar dinero fácilmente. A la vez destaca como una madre que a pesar de los inconvenientes ha logrado criar a sus hijos, resguardo cierto orden familiar.

mediatizada. La fisura consiste en *resignificar* a esa mujer estereotípica de la pantalla, que reconoce y devela la relación de artificialidad de su performance mediática, ya no excluyéndola como una práctica significativa, sino que ahora el público también puede celebrar la *astucia* de una mujer artificial y superficial que usurpa y devela sin vergüenza una relación tabú entre el cuerpo y el mercado televisivo. Si antes estos mismos cuerpos eran calificados como cuerpos de mujeres inconscientes y sin capacidad de voluntad ni agencia de cambio, ahora estos mismos cuerpos objetivables de la femineidad se distancian de una inocencia primaria y son sujetos con una conciencia que quiebra con una moral respecto a los usos del cuerpo femenino en la pantalla. Es un cuerpo que, según los espectadores, ya no necesita de una “normatividad de género” para proteger su performance mediática, no necesita que otros la salven de una situación en desmedro; sino que es esta misma mujer la que se reapropia de la lógica de género televisiva no para clausurar su cuerpo ni victimizarse, sino para *transgredir* las normas de género.

Por sobre todo, esta mujer deviene problemática porque exhibe obscenamente la situación de abuso y comercio sexual mediatizado que sucede en la televisión, es decir devela lo ya sabido de cómo la mujer es un personaje-objeto de mercancía en la pantalla, pero ya no enunciado de manera reprobatoria, sino que ahora es una reapropiación excesiva y sin vergüenza de la relación de comercio entre un cuerpo que consciencientemente decide “venderse” en la pantalla, es una mujer mediatizada que ya no siente culpa. Por lo mismo, esta denuncia de develamiento estructural de la política de género televisivo es sin duda más crítica que una ofensiva en términos de teorías de género que busca “proteger” a la mujer.

Por otra parte, el caso de Anita Alvarado descrito por el público local ilustra perfectamente esta relectura de la mujer-objeto que puede ser también una mujer astuta. En este episodio descrito se enfrentan dos modelos de entender la maternidad, una maternidad se presenta más auténtica, incorruptible y nacional, porque es la madre conservadora que “sale adelante” otorgando a una femineidad hegemónica valores de esfuerzo y sacrificialidad de la mujer por los demás, una sujeta que sufre para el bien de los otros y la mantención de la

familia; no sería sólo una labor económica de subsistencia familiar sino que su performance mediática recubriría de valores morales positivos a la familia. Es una mujer que adecua una buena maternidad a un espacio mediático. Este imaginario mediático femenino sacrificial se aproxima a las categorías *tradicionales* de la maternidad en el espacio local.

Sin embargo, la *otra* maternidad, que es escenificada por la subjetividad mediatizada del público, es caracterizada como una maternidad astuta, que se aprovecha y subvierte los signos de la mediatización del género, obviamente, también, para producir, mantener y administrar una organización familiar (al igual que la otra maternidad), una familia que ya no es perfecta sino que se asume con fallas, pero que a pesar de esto sobrevive en el paisaje mediático.

Esta mujer astuta no es signo de pureza femenina, sino que es un cuerpo que contiene las marcas de la violencia y abuso de la mujer en la pantalla, y que a la vez transa valores familiares para permitir la subsistencia de su misma familia. Es decir, en esta última maternidad ocurre una tensión entre lo moral y lo económico, pues las madres transan los valores morales y éticos de la familia (sacrificio, trascendencia), por la urgencia materialista de una sobrevivencia desescencializada.

En el discurso del público es inevitable un enfrentamiento argumentativo que tensiona la figura maternal de la mujer, pues la maternidad astuta es rechazada y constantemente denigrada por corromper valores familiares, pero por sobre todo, la negatividad del público es una reacción ante unas mujeres que privilegian la obtención de recursos materiales y la mediatización explícita de sus vidas para su sobrevivencia. La mediatización explícita que produce el rechazo del público es aquella legitimidad que dan ciertos cuerpos de la pantalla para que sus “vidas personales y familiares” sean atravesadas e intervenidas por tecnologías de la comunicación, pero aún más esta intervención tecnológica es reprobada, si se asumen como un contrato voluntario donde las mujeres aceptan ya no ser las víctimas sino unas negociantes de sus cuerpos.

Sin embargo, los devenires interpretativos ejecutados por el público al momento de referirse a esta maternidad conflictiva permiten reconocer tensiones en la subjetividad del público. Si bien hay quienes condenan a aquellas mujeres de la pantalla que aceptan un contrato explícito de intervención de “lo personal-femenino” con la televisión, ocurre que hay otras voces que celebran la astucia de los personajes de la pantalla que “viven de la tele”, personajes que saben cómo aprovecharse de su intimidad para obtener beneficios económicos de la televisión. Más que esta actividad mediatizada, lo relevante para un análisis de la subjetividad mediatizada del público es una transición entre posiciones más conservadoras respecto a los valores heteronormativos que el público asignaría a la televisión y la *desacralización del “deber ser” y los roles normativos del género*, posibilitando que ciertos fragmentos del público ya no condenen cuerpos desespecializados de la femineidad por una obscena intervención artificial de estos cuerpos.

Estas posiciones de apoyo a una femineidad artificial –que se consideran un hallazgo para la investigación– ya no es para el público una mujer víctima del territorio discursivo de la masculinidad televisiva, porque se apropia y parodia esta relación de subordinación femenina al evidenciar que en sí, es una mujer-objeto, pero que es una posición decidida, no inconsciente y de la cual la mujer obtiene beneficios materiales; esto a pesar de que el cuerpo es desacralizado como simple mercancía mediático-comercial.

Es así como la subjetividad de los espectadores permiten demostrar puntos de conflicto que sólo una revisión diagramática de la subjetividad permitiría. Sucede una reapropiación del signo mujer en la pantalla por un fragmento de la audiencia, una fisura a una imagen hegemónica de la maternidad: “Las minas son las más inteligentes, si se hacen las tontas. La tonta vende (...) entonces no es que sean tontas en verdad (...) son *pillas*, pero se hacen las tontas porque les va a ir bien” (FG 1, mujeres). La reapropiación de los signos es una posibilidad de la subjetividad mediatizada: “muchas personas (...) son capaces de responder, y a veces hasta de subvertir, los mundos imaginados producidos por la mentalidad oficial y la mentalidad empresarial que los rodea” (Appadurai, 1990). Las relaciones de poder entre los signos hegemónicos no aparecen tan simples como una

estructura de posiciones y lugares, más rígida que polimorfa, sino que en la subjetividad pueden convivir e intersectarse las posiciones estratégicas de la sexualidad.

La presentación de un análisis que se mueve entre sujetos de contradicción, entre distintos planos de una “misma” sexualidad o cuerpos, no busca la destrucción del estatuto del género, ni tampoco proponer su caducidad. Sino como se ha demostrado es necesario enunciar las conceptualizaciones y territorios del género para reconocer ciertas fallas, sólo posibles de apreciar desde un análisis de la subjetividad mediatizada de la sexualidad que, como señala Rosi Braidotti, “no implica la caída libre en las profundidades de la anarquía, sólo marca una no coincidencia, es decir, un *margen* de flujo, de inestabilidad, de contradicción, una elusividad irresoluble dentro del sujeto” (Braidotti, 2004:66). La subjetividad, como lo señala la misma autora feminista, no puede ser leída como sinónimo de subjetivismo, ya que esto sería peyorativo y reduccionista de una lectura de la sexualidad que tensiona las construcciones *naturalizadas* del género en la comunicación.

CAPÍTULO 8:

Lo serio y lo no-serio del sexo mediatizado

“La seriedad es oficial y autoritaria, y se asocia a la violencia, a las prohibiciones y a las restricciones. Esta seriedad infunde el miedo y la intimidación (...) La risa en cambio implica la superación del miedo. No impone ninguna prohibición”
(Bajtín, 1990:85-86)

La escenificación mediatizada de la sexualidad y el género en la televisión está anclada principalmente en dos movimientos que determina el público: el discurso de *lo serio* y el discurso de *lo no-serio*. Estos campos integradores de significados se generan a partir, más que de la “cantidad” o duración de fragmentos sexuales, de los formatos visuales involucrados, la mirada que construye la cámara televisiva para aproximarse a los terrenos de la sexualidad, el modo de ver. Este paradigma anclado en una discursividad de “el público” dista y no significa lo mismo que la distinción entre ficción y no-ficción o entre lo público y lo privado, aunque mantienen ciertas relaciones que se desarrollarán en este capítulo.

La televisión es un dispositivo eminentemente de *lo serio*, aunque sea medio de circulación de entretenimiento y superficialidad; esta es su principal paradoja su instauración de órdenes y organizaciones de sus signos a partir de una normativa de sus cuerpos declarada por sus formatos. Cada formato, desde el más reconocido hasta el más fútil, posee estructuras narrativas y visuales que si se resquebrajaran posibilitarían un caos. Sin embargo, no es sólo a nivel de significantes técnicos que se instaura este lenguaje de *lo serio*, sino que esta discursividad hegemónica surge con mayor realce y notoriedad cuando es abordado el territorio de la sexualidad y el género en la televisión.

Entonces, se planteará una hipótesis para comprender este capítulo, una hipótesis que busca reconocer cuáles son las presiones simbólicas que articulan la sexualidad mediáticamente, es decir: ¿cómo el cuerpo, el género y el *sexo* son dimensiones hiper-reguladas en las narrativas televisivas, presente también en la discursividad normativa del público, cuando presencian las apariciones (conflictivas o no) de la sexualidad en la televisión? En este capítulo declararemos algunos códigos relevantes que utiliza la televisión al momento de abordar la sexualidad mediatizadamente y cómo estos códigos regulatorios son reapropiados y resignificados por las audiencias.

Para el público de la televisión hay momentos más y menos significativos de la pantalla, es decir significados mediatizados que *hablan o dicen más o menos* según su valoración cultural, lo que produce de inmediato la consideración de que las representaciones de la pantalla –emitidas por el aparato tecnológico– también dependen de la respuesta, diálogo o autorepresentación que elabora el público; es aquí donde surge la dimensión preponderante de la subjetividad para un análisis de la televisión y que adaptamos a partir de Teresa de Lauretis quien afirmó que “la representación social de género afecta a su construcción subjetiva y que, viceversa, la representación subjetiva del género -o autorepresentación- afecta a su construcción social” (De Lauretis, 1989).

La subjetividad del público local más que destacar o sublimar, quita, resta y restringe el significado de la sexualidad en la televisión. Si el comentario generalizado es de apatía contra la televisión porque “muestran mucho lo que es farándula, exhibicionismo, porque eso es también lo que muestra y no son cosas que aportan a uno” (FG 2, hombres), el discurso del público genera una devaluación de los significados que circulan en los medios debido principalmente a la sexualidad explícita que contiene. El público silencia a los cuerpos, es así como la televisión aparece como un medio desvalorizado culturalmente, donde sus contenidos y programas mayoritariamente parecen ser significados vacíos, no dicen ni hablan; y la aparición contaminante de la sexualidad parece ser responsable de esta devaluación.

Para los espectadores la dimensión de *lo privado* –lo cotidiano del cuerpo, la intimidad banal– constituye casi una infección para los contenidos de la televisión, un mal que corroe los valores culturales de este dispositivo. Lo privado se articula taxativamente como lo opuesto a *lo público*, porque los cuerpos desnudos, el paroxismo de la confesión y los deseos (in)ciertos mediatizados son unas plataformas que no lograrían proyectarse como acciones que impacten *lo social*, son aún una dimensión minoritaria simbólicamente, a pesar de que sus contenidos paradójicamente son “mayoritarios”, pues exceden y sobreabundan la televisión, y porque *hablan* el lenguaje de lo común y lo establecido. Acá



Imagen 25: Dos escenas del programa de farándula *SQP* comentando casos de la vida privada de otros personajes de la televisión chilena (2010)

lo privado denigrado por el público no es necesariamente la sexualidad mediada y explícita, sino el conjunto de escenas mayoritarias y constantes donde la televisión se refiere al espacio de lo privado como son las separaciones amorosas, enlaces afectivos, detalles de *backstage*, opiniones sobre la misma televisión. La negación de lo privado de la televisión se vuelve una primera aproximación constante, muchas rechazan los contenidos mediáticos por su condición en torno a lo privado, porque “no me interesa saber con quién anda quien y con quién no” (FG 6, mujeres).

Lo privado no como igual a lo doméstico, sino que para la subjetividad del público se trata de una zona de lo superficial, lo sin relevancia público-política. Bajo la mirada del público

la televisión está lejos de llegar a ser una institución que facilite la circulación de una ciudadanía democrática, un espacio público mediatizado donde el sujeto es parte de un juego político, sino que más bien en el caso chileno la televisión es pensada como lugar de lo privado y la noción de lo privado está vaciada de conflictividad y relevancia social.

Ver televisión en Chile se acerca más a un rito en torno a un fracaso, que una experiencia celebratoria, hay más una negación/exclusión de lo mirado porque sus objetos son parte de un sector pasional denostado, una vergüenza recorre al televidente al afrontar lo incierto de los no-explicitamente-políticos contenidos televisivos.

Sin embargo, es necesario tensionar una posible victimización del televidente ante su precarizada condición como observador de una televisión en “declive cultural”. El mirar y la narrativa audiovisual siempre tendrán una relación basada en un cierto voyeurismo no tensionado con el espectador, este *acto de mirar lo que no se debe mirar*, pero que es posibilitado por la televisión o el cine, el acto de mirar *la vida privada de otros*, que es una condición aparentemente muy propia de dispositivos como el cine. Una de las primeras pensadoras feministas que reflexiona la hegemonía sexual en el lenguaje del cine fue Laura Mulvey y esta autora acuñó el psicoanalítico concepto de voyeurismo para describir la mirada hegemónica del cine que convertía en objeto a la mujer a través de una narrativa que te permite armar puzzles, que poco a poco te *devela* un secreto, donde muchas veces la mujer no tiene ninguna posición decisiva sino que es sólo una sujeta para-ser-mirada (Mulvey, 2001). Una de las características de un cine que se construye a partir del deseo masculino es su efecto de placer o escopofilia. Mirar al *star-system* de algún modo legitimaría las “circunstancias en las que el mismo acto de mirar constituye una fuente de placer” (Mulvey, 2001). Pero a nivel local la televisión, quizás por su precariedad o por la mayor proximidad con lo privado, no produce ese placer de lo observado, sino más bien el público local sufriría de *escopofobia*, un displacer por los contenidos para-ser-mirados en la televisión, un placer averiado porque lo que muestra no-es-para-ser-mirado:

“Los otros programas son chantas. Por ejemplo el *Buenos Días a Todos* era súper familiar y como

que de a poco modelos con *colales* y con poca ropa se fueron infiltrando en todas partes y ahora el programa que uno quiera, sale un topless, un poco, en todo, en todo, en todo, todo, todo los programas” (FG 6, mujeres).

Un paréntesis debemos realizar pues aparece una contradicción, ya que para la teoría feminista la mujer es un objeto en la pantalla, justamente porque produciría placer *mirarla* restringida, vaciada de subjetividad, limitada a ciertos actos, puro placer. Pero ¿cómo pensar una dominación sobre la mujer mediáticamente si no se reconoce un placer en la subjetividad de los y las espectadores locales, si ahora los espectadores no reconocen ese goce psicoanalítico que legitimaría la dominación de las mujeres? La cuestión del *placer* escópico no constituye entonces la única respuesta o explicación para pensar la situación de la sexualidad en la pantalla, sino que habría que comprender la *escopofobia* o frigidez de la audiencia por la sexualidad mediatizada no como una respuesta pseudo-biológica como lo haría el psicoanálisis, sino como una estructura de la subjetividad donde las normas sociales y morales restringen el significado de estos cuerpos, buscan silenciar el habla de la sexualidad mediatizada ante la pérdida de su significado. Entonces, a pesar de que los hombres no sientan placer o no lo expresen, las mujeres en la pantalla continúan apareciendo en una performatividad restringida, es decir la cuestión del placer no determinaría las desventajas simbólicas en las que se representa lo no-masculino en la televisión.

La negación o el restar (aparentemente) la mirada de los cuerpos de la televisión se instala como una propuesta donde los espectadores se distancian de la obscenidad privada de los cuerpos expuestos en la televisión, se intenta negar una relación de apego y proximidad con los relatos de la pantalla, y en cambio se promueve una relación más encausada por un contagio cotidiano intermitente y desinteresado: “yo llego a mi casa, veo las noticias y pongo un programa cualquiera que estén dando, pero después me quedo dormido, no alcanzo a ver mas que eso” (FG 7, hombres). Es una relación de cotidianeidad que simplifica los signos, tanto que incluso los intenta normalizar.

No está al alcance, ni es el interés de este análisis, hallar qué es lo que (no) *tendría* la

televisión chilena en su corpus que la vuelve un reducto de menosprecio cultural, sino *qué estrategias discursivas –simbólicas y políticas– transitan en la narrativa de la opinión pública analizada y que producen el contexto para hacer emerger la idea de la devaluación cultural de la televisión*. No es algo inherente en la televisión, sino también una experiencia mediática que no-desea reconocer sus objetos de deseo, una opinión pública de algún modo frígida porque no busca *hacer significar* la sexualidad mediatizada.

El acto de restricción de la sexualidad mediatizada por parte del público se articularía no como reacción simplemente espontánea o moral, sino como una estrategia discursiva de exclusión simbólica de la mediatización de *lo privado*. Lo privado, lo íntimo, se estructura como lo opuesto de lo *realmente* relevante, son dimensiones diferentes a lo público, generan formatos más divergentes que no se acercan a lo verosímil y pertinente de los noticieros, documentales, relatos históricos, reportajes de investigación periodística o las denuncias. El romance, la exhibición del cuerpo, los melodramas sexuales, las pasiones son algunos códigos de lo privado que indican cómo la continúa y no-tan-explicita, pero permanente, sexualidad narrativa de la televisión no constituye un valor para el público, los múltiples relatos de la televisión aparecen como *marcados* o estigmatizados por fisuras de sexualidad que corroe sus programáticas. Quizás esta sexualización de la pantalla no sea tan expresiva como alerta el público, sino que se trataría de otro *discurso del terror* que bajo su tono apocalíptico y denigratorio idealiza una *alta* cultura no-mediática y vuelve a penalizar el acto de *mirar lo privado*. Además, esta penalización sobre la mirada no legitima los significados televisivos como agentes de lo *real* narrativo, el gesto de condena sobre la sexualización televisiva vuelve aún más *irreales* los contenidos de lo privado, pareciera que la televisión como sistema sobre-erotizado produce el efecto de una mirada voyeurista irresuelta, atrofiada y deteriorada como la describen los espectadores:

“siempre terminaban con minas sacándose la ropa, como que se *decayó* el programa, era como asqueroso verlo. Uno lo cambiaba y arriba está Chilevisión con *Infieles*, por TVN *La vida es una Lotería*, que al final todos los programas chilenos son sexo o las películas chilena tienen sexo (...) reinan las escenas de sexo” (FG 6, mujeres).

La sexualidad que corroe las transmisiones mediáticas es parte de lo privado que es des-legitimado por el discurso de la audiencia. La sexualidad no es únicamente lo comprensible o fácilmente aprensible²⁶, no meramente el “sexo” para el público, sino que es una proyección o infección que contagia múltiples planos y encuadres de lo mediático. Lo privado, el sexo, lo íntimo, el voyeurismo, el exhibicionismo son una cadena de referentes des-legitimados y derivados al territorio de lo *no-real*, quizás no lo irreal, porque son comprendidos como una cierta circulación mediática que no logra constituir(se) en suficientes propiedades para instituirse como lo serio, es decir lo digno de ser considerado y significado como lo real. Luego, para el público, las representaciones mediáticas más *en serio*, las que hablan el lenguaje audiovisual de lo objetivo serán aquellas que sean integradas y relevadas a la dimensión de lo público-político; en cambio, todo lo que se ubique o contagie tangencialmente con la sexualidad será ubicada en la dimensión de lo privado, distante de lo político y lo público para los espectadores²⁷.

¿Acaso la sexualidad no es algo objetivo? Obviamente Foucault no estaría de acuerdo en pensar la sexualidad como lo palpable sino como una posibilidad que emerge a partir de la articulación de dispositivos y tecnologías que producen un marco para la construcción del sexo. Sin embargo para el público la sexualidad y sus mutaciones son una constante en la televisión y a pesar de esto la sexualidad mediatizada no logra poseer una *propiedad* de lo serio. El sexo mediatizado no es algo para *tomar en serio*, quizás porque involucra ciertas posibilidades de deseo que desviarían su institución objetiva, pero principalmente decae a una dimensión banal y superflua –esta es la propuesta– porque la sexualidad mediatizada es

²⁶ Esto devela una urgente necesidad de comprender y educar críticamente la sexualidad mediatizada más allá de una mera personificación o una dimensión explícita. Nadie es dueño del estudio de la sexualidad y las instituciones u organismos interesados deben hacer visible la transversalidad (que no es lo mismo que universalidad) de los vectores de la sexualidad, para así no continuar desplazando el territorio sexual a un plano de lo-no-público como si la sexualidad no tuviera implicancias e interferencias en el cuerpo de lo social. Es como lo comprendió Foucault al afirmar la relación entre el poder y los cuerpos que designó “lo que hace entrar a la vida y sus mecanismos en el dominio de los cálculos explícitos y convierte al poder-saber en un agente de transformación de la vida humana” (Foucault, 2002).

²⁷ Si bien en un plano general la sexualidad mediatizada es asignada en el discurso del público al rincón de lo privado, hay bastantes episodios de conflicto donde argumentos morales, políticos y científicos develan la cuestión pública de la sexualidad y el género en la televisión. Sin embargo, este pliegue o giro político del “sexo” de la pantalla sólo ocurre a nivel interpretativo en esta investigación y en algunos excepcionales casos donde infructuosamente algunos entrevistados intentaron posicionar un discurso no-negativo sobre la situación de la sexualidad en la pantalla.

construida como una cuestión que no es de interés público y, por lo tanto, es también desocializada y desubjetivizada²⁸. Al excluir al cuarto (im)propio de lo privado los signos mediatizados que integran el campo conceptual de la sexualidad, la subjetividad de los espectadores reafirma y re-legitima la posibilidad de pensar lo público y lo privado como espacios separados.

En cambio, la crítica feminista develó la importancia de reavivar lo público de lo privado no como esferas separadas al “negar –o por lo menos empezar a dudar– la afirmación de la necesidad vital de la existencia de dos áreas experienciales tajantemente cortadas, lo público (político) y lo privado (doméstico)” (Kirkwood, 1986:181). La televisión chilena en grandes dimensiones sigue siendo pensada/mirada como “lo privado”, un conjunto de contenidos que deberían estar ocultos o ser personales. De este modo los espectadores recaen en la observación/interpretación *voyeurista* que rechaza lo que ve por no considerarlo público. Esto va más allá de si se trata de un contenido cultural o no-cultural, sino que se preocupa del significado social de las imágenes, el público produce una ordenación y genera una departamentalización de los contenidos ¿qué sucedería entonces si lo observado en la televisión ya no se pensara como lo privado sino como “lo público”? Faltaría entonces agregar y potenciar la relación feminista que señala la necesidad de pensar que lo privado es político, en extensión entonces es también una dimensión pública. Restar esta capacidad de significar tachando una sectorización de los contenidos no es sino

²⁸ Para Laura Mulvey fue muy relevante desde su análisis psicoanalítico la cuestión del placer y el deseo para comprender la situación de deterioro e inferioridad de la mujer como representación en la narrativa del cine. En su texto *Placer Visual y Cine Narrativo* (1973) Mulvey consideró como relevante cómo la cámara produce y proyecta un deseo a través de su mirada, y cómo en el cine clásico o hegemónico el deseo es principalmente masculino. Esto generó re-pensar un cine feminista, pero la solución sería simplemente que las mujeres realicen, dirijan y proyecten sus deseos en lo audiovisual. Sin embargo, no basta la generación de un nuevo terreno audiovisual donde las mujeres sean las dueñas y dominadoras de la mirada porque: “*El “cine de mujeres” en cambio se abre como un espacio de realce de la diferencia de los sexos, la autenticidad de las imágenes femeninas y la legitimación del sistema donde el sexo biológico determina una identidad de género, produciendo la ficción de un espacio aislado donde comparten problemas, angustias y otras emociones de un género mediáticamente psicologizado. Clasificar tipologías de cinematografías a partir de taxonomías de sujetos presupone una estructura ordenada y lógica, asume un sistema de imágenes que poseen una identidad que se repite sin transformaciones entre cada visionado. Es necesario cuestionar las taxonomizaciones de la narrativa cuando se basan ya no en la técnica, ni el formato que genera un género visual, sino que utilizan una humanidad, regular e idéntica, para producir un agrupamiento siempre excluyente de la identidad*” (Cabello y Díaz, 2011). Si bien cine y televisión no son se corresponden como plataformas idénticas, consideramos a la televisión como una dimensión más consensuada y donde hay menos posibilidad de situarse subjetivamente en el relato, pues contiene mayormente generalidades.

una estrategia para oscurecer los disturbios (de sexualidad) que puede generar lo privado si se comprende o acerca a lo serio.

¿Pero por qué lo privado se reconoce como lo devaluado? Aquí es donde los discursos de lo serio adquieren relevancia, porque estos constituyen un marco de comprensión de las clausuras de deseo que realizan los espectadores. El discurso de lo serio es una categorización del habla de los espectadores que produce más realidad y reconocimiento público de lo expresado independiente de sus caracteres de ficción o no-ficción, hace que ciertos episodios televisivos sean *más reales*. Esta condición de realidad mediatizada otorgada por el público es posible sólo a través de una restricción moral (instalación de límites y modos de ser sujeto televisivo) y a la vez que otorga una legitimación, discrimina y excluye otros cuerpos de sus representaciones.

El discurso de *lo serio* que circula en el público excluye el sentido de lo privado:

“no, es que no me gusta el programa porque hacen puras tonteras, no enseñan nada. No aportan nada, son puras discusiones, pasan peleando, igual que *Yingo* (...) y lo peor es que ven abrazándose a alguien y ya los tomaron *altiro* que ya están andando, que se está *joteando* a la polola, y todo por las monedas tienen que hacer como una relación falsa. Y en verdad, ¿eso a uno le interesa?” (FG 4, hombres)

El deseo incierto de lo privado, esa superficialidad de la relación amorosa heterosexual y la aparente repetitividad de contenidos más personales que públicos constituyen la articulación de un discurso moralizante que restringe una comprensión de lo falso, del plagio, de lo que realmente es el soporte de la televisión, porque la televisión logra “ocultar mostrando” y lo que muestra “lo elabora de tal modo que toma un sentido que no corresponde en absoluto a la realidad” (Bourdieu, 1997:24). El público se hace parte de un bloqueo de los significados problemáticos de la televisión o de aquellos fragmentos que indican ese gesto falsificador de su sí mismo. Los espectadores toman una posición de negación por sobre todo lo privado, de algún modo el gesto discursivo del público de ubicarse *en contra* de la televisión de lo no-serio señala cómo la televisión al ofrecer una

sobre-exposición de los cuerpos produce al mismo tiempo un discurso mediatizado donde los espectadores re-producen un modo de ser, un deber ser de los cuerpos: el ver(se) bien, el cuerpo bien visto, esta es la regla moral que transita en estas voces hiper-reativas y clausurantes de lo dudoso que encarna el público.

Sin embargo, lo privado se entiende no como una comprensión social caracterizada por lo cotidiano o lo doméstico, sino como un significante general que reconocemos como *lo-no-serio*, una proyección incierta de la intimidad para el público, no es tan sólo lo cotidiano o doméstico simplemente, sino que es la espectacularización de aquello que no debería hacerse



Imagen 26: Escena de la temporada 2007 del programa *Vida: Radiografía de un cambio*

público para las audiencias locales. Lo serio y lo no-serio son categorías de enunciación del discurso de los espectadores, declara cómo privilegiar las narrativas de lo-serio (noticieros, cultura neo-colonial, reportajes) visibiliza una posición que impide comprender dimensiones de lo no serio que parece ser el lugar privilegiado y no entendido de lo sexual. Éstas lógicas de edificación discursiva de lo no-serio terminan siendo un orden que otorga más legitimidad –en su exclusión– a la existencia pura y separada de lo privado; las lógicas de la negación terminan siendo más afirmativas.

Debemos entonces dudar de cómo se construye lo real y verdadero de la televisión porque esta consideración de lo serio articula significados consensuados “para todos los gustos (...) que no deben escandalizar a nadie, en los que no se ventila nada, que no dividen” (Bourdieu, 1997:22). Esto no significa que la televisión literalmente *crea realidad*, porque los televidentes no aceptan ni reconocen esta realidad como propia, sino más bien la excluye como defectuosa, contaminada, porque se sabe “que todo está pauteado, que todo tiene que seguir una línea. Nada es tan real en la tele” (FG 6, mujeres). Los espectadores desconfían y no se hacen parte de esta propuesta televisiva que genera un miedo social. Pero esto no impide la estructuración de otra legitimación de una realidad, es la esperanza



Imagen 27: Escenas de la temporada 2007 del programa *Vida: Radiografía de un cambio*

que ubica el público de aquello que indica lo relevante y de interés público para la audiencia. Hay entonces, y a pesar de un odio general contra la televisión, fragmentos que aparecen como más reales y más legítimos, contenidos que abordan territorios del cuidado

de la vida:

“esos programas de cambio, como de cirugía (...) *son como problemas de verdad*. Por ejemplo, había un niño que tenía un tumor que le deformaba la cara y que le estaba bloqueando las vías respiratorias y también habían otros programas de, no sé, una tía que se quería operar la nariz porque se sentía acomplejada con eso y los dos tenían la misma relevancia en el tema y yo creo que eso a uno le permite ver... *las necesidades de cada persona según su realidad*” (FG 6, mujeres).

La gravedad de la vida, el peligro amenazante de la muerte, corresponden a una preocupación dualista, una relevancia de la vida “privada” que al enunciarse en términos de lo serio, como una *cuestión de vida o muerte* para la definición y constitución del sujeto, se instala como una verdad no paródica, un gesto de construcción humanitaria, producción de la vida. Esta mirada de los espectadores sobre-expresa el fragmento moral que articula como más reales las representaciones, es el heroísmo, la vida que se salva lo que permite legitimar como una narrativa relevante los programas médicos.

Se construyen ciertos heroísmos de la vida, lo privado es un campo de batalla donde los dispositivos televisivos re-producen figuraciones heroicas que el público aplaude. La figura del héroe es también un dispositivo que el público acomoda y desde el cual parece reconstituirse una orgánica de poder masculino. Lo serio que posee esta labor de rescate que concuerda con un discurso que continúa otorgando un poderío a lo masculino, lo serio mediatizado concuerda con una mantención de una lógica masculina donde se busca mantener un *orden*, “un sentido de honor (...) para seguir siendo digno, ante los propios ojos, de una cierta idea de hombre” (Bourdieu, 2000:66). Esta ordenanza mediática de lo serio, no sólo se restringe a una dicotómica relación de los géneros, sino que penetra en la pluralidad de cuerpos en escenas dentro de sus formatos.

Es así como la dimensión de lo privado –el cuerpo intervenido– ya no es dimensión de lo no-serio, no es un simple antojo reiterativo de una individualidad, sino que al ubicarse en torno a narraciones de vida o muerte, de la mantención de la vida, se legitiman como discursos valorados por los espectadores.

Esta sobre-figuración de heroísmos que transitan en el espacio de lo privado restituyen el valor de seriedad a una dimensión que se ubica en el cuidado de la vida. Salvar una vida constituye el hito o el suceso que articula el valor serio de lo *histórico* mediatizado. El heroísmo como parte de una narrativa de lo serio es integrado al periodo de retrospectiva patriótica Bicentennial que invade a Chile a través de la programación televisiva durante el año 2010 y que se presenta en distintas representaciones y formatos que recrean la historia de Chile. Estos programas son asimilados por la audiencia como culturales, a diferencia de otros, poseen *una verdad*, una certeza en su relato y sus personajes. La masculina figura del héroe corroe estas representaciones, pero este discurso serio señalado en lo histórico-cultural es vulnerable a las tensiones de lo femenino, así lo señala una entrevistada:

“no le puedes hacer eso a un héroe (...) que tomes una imagen histórica, como Manuel Rodríguez, y la pongas en manos de un actor que tampoco es un gran actor, y más encima le pongas “el guerrillero del amor” (...) a un héroe nacional (...) ¿qué es lo que sigue, O’Higgins en tutú?” (FG 6, mujeres).

Se produce un quiebre de lo masculino que transita en la figura del héroe, una fractura de la comprensión del género –sexual e histórico– a raíz de un cruce *(in)apropiado* con la ficción. La ficción de una romántica de lo privado viene a desarticular y tensionar la máxima de cualidad de Grice (“Trate de decir la verdad” (Bruzos, 2005)), el público intenta *reconstituir* la verosimilitud del fragmento televisivo para la estructuración del discurso de lo serio –emparentado con lo masculino– y esta máxima de cualidad es violada porque la representación no se correspondería con “la verdadera” representación del héroe de la patria. Además se evalúa la calidad del actor y hasta la calidad de la masculinidad, es decir se pone en tensión la construcción mítica de lo masculino, ya que la ambigüedad sexual, la parodia de lo masculino genera la rotura de la masculinidad en el discurso no serio que produce una masculinidad atrofiada.

En el caso de la figura heroica y masculina de la historia de Chile que es ligada a una representación amorosa sucede un acto irónico o paródico que tensiona los dos significados sobre lo mismo. La ironía se construye a partir de dos tropos o dos significados en

contradicción, “la ironía es una transgresión ilocutiva que llama a no conformarse con el sentido literal del texto y que propone un proceso de reinterpretación o reconstrucción del sentido” (Bruzos, 2005:7). En el caso analizado lo histórico masculino se cruzaría y posicionaría en contradicción con el tropo “amoroso” o romántico propio de la dimensión no seria de la televisión.

Por otra parte la descripción de algunos animadores de televisión masculinos también refleja como el lenguaje de *lo serio* se articula con este sexo y es ahí donde se destacan rasgos de una ética-política que funda la representación del género masculino uniformado en una estética de moral correcta bajo el discurso de *lo serio*. A propósito del animador Mario Kreutzberger o Don Francisco un entrevistado señala:



Imagen 28: Animadores del programa matinal *Buenos Días a Todos* (2010)

“Mario es un personaje que para mí era como un sinónimo de pureza, porque es como divertido, no es morbo, nunca ha dicho una *mala palabra* en el canal o que se presente a una niña que la vea raro, no, él es súper profesional, por eso yo veo más que nada por eso veo *Sábado Gigante*” (FG 2, hombres).

El modo de enunciación, la cualidad de la palabra, la *buena palabra* aparece como la expectativa de un público que de esta manera imagina y re-escribe una *mejor* televisión, elabora una nueva y más moralizante producción de sentido. La pureza y el respeto como lo

no-sexual y lo no misógino del modo de representación corresponden a un eje de relevancia más destacado que el *contenido* mismo de la televisión: más que la historia narrada, los acontecimientos en escena, a este público que re-moraliza la televisión lo que parece importarle más se ubica en el *modo* en que se emite el registro televisivo. No tanto las opiniones o temáticas televisadas, los sujetos más o menos aprobados, sino el *cómo se produce el sentido*, “una gramática de generación de sentido, [una] investidura de sentido en materias significantes” (Verón,1995:28), que en este caso corresponde a un sentido que conmina y dirige los significantes a un canon de lo serio.

Podríamos extender aún más este argumento: para comprender el cruce entre sexualidad y mediatizaciones, el contenido –lo que se diga o muestre sobre el sexo– no será definitorio, el contenido de la sexualidad no constituirá la única característica a reconocer para problematizar estos conceptos, sino que ahora, y más todavía, el modo o el *cómo se viste* (o cuánto se (des)viste) de significados el género sexual constituirá el ropaje de sentido que direccionará ciertos efectos del significado. Esto desplaza de una posición protagónica las alarmistas observaciones o correcciones sobre los contenidos sexuales de la televisión –también lecturas de estas tácticas– y sus posibles consecuencias en las audiencias más débiles, nos desplaza a un territorio en que el sentido no está de por sí mismo dado, sino que la sexualidad mediatizada se ubica en una *investidura* de significantes que develan “las condiciones de producción, de circulación y reconocimiento” (Verón, 1995:20) donde el público produce un nuevo sentido, uno nuevo sentido que –como se dijo anteriormente– está rearticulado y acompañado en una narrativa o estética de *lo serio*²⁹.

²⁹ Una problemática *linealidad* en la comprensión del sentido (y los efectos) de la televisión es la que asumió Bourdieu al definir como *efecto de realidad* aquello que “puede mostrar y hacer creer lo que muestra” (Bourdieu, 1997:27), esta observación se constituye como restringida al otorgar una extrema confianza a la institución televisiva, excluyendo las reapropiaciones del público. Por esto, es sintomático cómo el público rechaza constantemente *la realidad* de la televisión chilena y busca construir una *mejor realidad*; por lo que, los efectos que señala Bourdieu no tendrían un peso absoluto (aunque determina y contextualiza) sobre el sentido re-elaborado por los espectadores. Verón contestaría a Bourdieu que “no se puede inferir de manera directa y lineal, las reglas de reconocimiento de los ‘efectos de sentido’ a partir [sólo] de la gramática de sentido” (Verón, 2005:20) ¿Qué tanto la sexualidad de la televisión produce un(os) efecto(s) de realidad? Sin duda esta pregunta merece de un pliegue que se instala en una mirada analítica de la televisión que reconoce también, además del contenido televisivo-sexual, la importancia de la circulación mediada de los contenidos televisivos para producir múltiples e inesperados significados. Porque “la sexualidad, para que ‘ocurra’, está inscrita en el cuerpo (simbólico o concreto), pero esta inscripción no basta. Debe haber una acción” (Amigo, 2006:25) y esta acción no lo constituye una *performance* explícita de la sexualidad en la televisión ubicada

Por lo tanto, lo raro, lo extraño, lo impuro es aquello que se distancia del discurso de *lo serio*, un discurso que se representa sin ambigüedades. La ambigüedad es el deseo sexual y por lo mismo este deseo no se presenta en el ideal de representación masculina que encarna Don Francisco. El discurso serio y por lo tanto aséptico donde se instala esta representación del género masculino es por sobre todo una identidad cerrada y bien definida, ordenada y en posición de dominación como señala Donna Haraway al referirse a la identidad: “La identidad, incluida la autoidentidad, no produce ciencia (...) Sólo aquellos que ocupan posiciones de dominación son auto-idénticos” (Haraway, 1991:332). Los rasgos de liderazgo y de autoridad son reconocibles en la dimensión masculina, sin embargo la diferencia se encuentra en que las mujeres no son reconocidas como sujetas activas y parte de la investidura de *lo serio*, las mujeres no podrían hablar en *serio* en la televisión. Lo femenino no se corresponde con este sistema discursivo, las mujeres no pueden hablar en serio según señalan los espectadores de la televisión.

Este estado del género en la televisión es articulado desde un discurso incierto, que resta verosimilitud a lo femenino y que relaciona a la mujer de la pantalla con campos significantes de la sexualidad, la sentimentalidad, lo afectivo y otras dimensiones que estarían distantes de los reconocimientos de lo público. Es un género que la audiencia no puede tomar *en serio*, instalándose como una representación no-seria que por negación desea una instalación normativa de un género femenino corriente³⁰.

sólo *en el cuerpo*, sino también las producciones o actos de habla que realiza el público al re-apropiar los sentidos quizás *más allá del cuerpo*, a través de un discurso que descompone lo sexual mediatizado a través de un formato discursivo de lo serio.

³⁰ Sin embargo, y haciendo una observación sólo del *contenido* de la pantalla, el proceso de esta investigación ha permitido reconocer tangencialmente cómo la representación de la mujer en la televisión en programas de no-ficción está llamada más a mantener el orden de la casa-estudio más que la labor masculina que puede ubicarse con mayor autoridad en el discurso de lo no-serio. Esto se refleja claramente en los programas matinales de la televisión chilena donde las mujeres mantienen un rol consensual y de equilibrio, por lo que en pocas ocasiones se insertan en el campo de la parodia. Esto a diferencia del hombre que posee mayor libertad y está conminado a moverse en el discurso de lo paródico y que sale desafectado de este campo. Otro caso donde la mujer adquiere *seriedad* es en los relatos de la ficción telenovelesca donde las mujeres son las líderes y heroínas principales, es decir se les otorga un significado que no poseen en el campo político-público, en estos relatos “irreales” excepcionalmente las mujeres serían “calculadoras y racionales” (Amigo, 2006:38). Sin embargo, el estatuto de ficción en el cual se ubica la representación parece mermar la potencialidad de un significado más legitimante con el género.

Esta diferenciación de la representación en un contexto y lenguaje legítimo (discurso de *lo serio*) y otro reconocido como ilegítimo (discurso de *lo no-serio*) en el género consigue provocar una división de carácter político pues determina en su condición de certeza las representaciones del género que serán más legítimas o menos legítimas según el discurso de los espectadores; además “presenta propiedades o rasgos discriminantes y lo que no lo es, por falta de rasgos discriminantes” (Rancière, 1998:42). El público cuando se refiere a la televisión y el género está produciendo una visión que es también área de *lo político* respecto a qué significados de la representación de la sexualidad son más legítimos que otros.

Enunciar, representar o hablar el género se hará a través del discurso serio o un discurso no-serio, de una estructura de la representación que legitima o deslegitima más que determinar y explicar de qué género se trata, está más allá del “contenido”. Estamos abriendo la división binaria del género a una dimensión de estructuras y códigos de representación donde las marcas del sexo-género son menos explícitas pues ya no dependen tanto de la entidad cuerpo-sujeto, sino más bien de las lógicas del lenguaje audiovisual y en relación a una sexualidad que depende más de los espacios que muestra (lo privado o lo público, la casa-estudio, el *backstage* del estudio), la estructura de la narrativa, la importancia de una verdad o de lo certero, entre otras características.

Cuando el cuerpo está ubicado en el lenguaje no-serio, en una estructura narrativa sin certezas, donde la exposición del sexo o los cuerpos puede desbordarse, el discurso de la televisión *evidencia los mecanismos de la representación* de las sexualidades, es decir hace explícito cómo se construyen los géneros sexuales. Esto se percibe en la siguiente opinión de un espectador donde se establece una especie de recetario sobre el comportamiento o cómo el género se construye en la televisión:

“una mina, una *flaite* de cualquier lado, que aparece en la tele, que quiere figurar en pantalla haciendo estupideces, se pone silicona para sacar pantalla, se hace que se suicida, se hace que se tira de un edificio, buscando cualquier estupidez con tal de aparecer en la tele, de sacar portada que sea”

(FG 2, hombres)



Imagen 29: Presentación del programa de investigación periodística *Informe Especial*, temporada 2009.

El género femenino se enumera como una serie de actos o donde se hace explícita la performatividad del género (figurar en la pantalla, implantarse silicona, hacer peligrar la vida), características que develan la condición reiterativa y citacional del género establecida por Judith Butler (Butler, 1999). O también en palabras de Rancière se devela la ficción del género “el lugar donde la convención se expone abiertamente, donde el texto desaparece como tal (...) se vuelve análogo a una “receta” que sirve para montar la pieza, para hacer la representación” (Rancière, 1998:44). O en términos de lo doméstico-privado que se confunde y es parte del discurso no-serio que al develar la ficción del género no hace sino producir una “nueva ficción de domesticidad a través del proceso mismo de su representación mediática (...) es la producción de una domesticidad orquestada y coreografiada con dispositivos técnicos de vigilancia y de reproducción audiovisual” (Preciado, 2010:84).

También la anterior cita del público pone en escena un desborde de la sexualidad, ya no del

género, sino de una tecnología, una mirada de la cámara, programas que exhiben el cuerpo, un desborde del cuerpo que se rechaza. Un cuerpo que se desnuda constantemente, un cuerpo desnudo es el sentido de un primer acercamiento sobre la televisión, personajes que se sacan la ropa, a quienes les sacan la ropa en un vínculo estigmatizado con la pareja mercado-sexo. La televisión en un primer acercamiento parece pornográfica para sus espectadores. Una definición de pornografía es considerarla “un dispositivo de publicación de lo privado” (Preciado, 2008:180). La televisión chilena es ese escenario donde se exhibe en exceso la dimensión privada de sus personajes, donde se persigue a sus protagonistas, donde la cámara acompaña y devela los espacios informales donde circulan los géneros sexuales, donde muchas veces se deshacen como ocurre con la mujer pseudo-*striptease* de la televisión según el público. El público se dedica a deslegitimar, es decir negar de realidad al cuerpo sexualizado a través de la imposición de un campo excluyente de lo serio.

La sobre-exposición de lo privado, que es lo no-serio para el razonamiento mediatizado de los espectadores, la no restricción de la mirada ante los cuerpos desnudos es una lectura que *sexualiza* los dispositivos narrativos de la televisión ante significados demasiado abiertos.



Imagen 30: Animadores del programa juvenil *Yingo* (2010)

Esta lectura o consenso mediático de los espectadores busca normativizar, clausurar e incluso intenta anular el valor semántico de estos cuerpos ubicados en programas y formatos no canónicos de la televisión. Cuando se afirma normativizar se hace referencia a una instalación de unas normas sobre el sexo-género que se desean re-instalar lo que produce jerarquías sobre las dimensiones de la sexualidad, es un reubicar y recluir a un

utópico espacio privado el sexo, un espacio privado y sexual imposible que es constituyente de la televisión y del género, especialmente de lo femenino y lo no-heterosexual.

Entonces el discurso legitimado del género sexual se mueve con constantes inconvenientes en la televisión. No existen representaciones del género en el paradigma de lo público y donde sea posible víctima de tensiones en su significado, no es posible apegarse ni confiarse a unas representaciones de un género que se piensa siempre correcto o ideal en la televisión local. Las representaciones del género en la televisión no permanecen sin contratiempos, sin afrontar la inestabilidad de sus sexualidades. Las fallas que corrompen simbólicamente la representación de los géneros sexuales están aparejadas a la sobreexposición de las tecnologías que gobiernan los movimientos de los cuerpos en pantalla.

Pero es el exceso, es decir una representación que se desborda de sí misma, una representación exudante es la que en su circulación produce un reconocimiento complejo por parte de la audiencia. Son cuerpos que se hacen y vuelven inverosímiles por su sobreexposición mediática, su dependencia de las tecnologías de la representación. Estas representaciones no tensionan sólo la misma identidad de género del imaginario televisivo, sino la producción del relato mediático producido por el público.

Lo que podemos denominar “parodia del género” agrupa ampliamente las representaciones que fisuran sus propios límites, que desbordan el mismo género natural que las define y contiene en fragmentos. Son géneros no-serios que abundan en el relato televisivo y que el público deslegitima por no parecerse a lo normal, por su distancia con lo familiar y por sus biografías reiteradas. Es esta última dimensión, la reiteración, la que produce en su exceso de citas similares, una deslegitimación de la identidad de género que se convierte en una constante copia fallida.

Frente a este conflicto de significados es útil preguntarse ¿qué significado se posiciona victorioso frente a este conflicto? ¿el discurso serio sobrepasa la dimensión de lo privado que lo atenta? Obviamente la construcción de la representación en el discurso serio posee

autoridad, pero no significa que supere al otro significado. Al abordar el género desde la ironía y específicamente la representación paródica del género cabe reconocer el estado de suspensión de los significados. Si bien el discurso del público parece querer instalar la mirada de *lo serio*, esto se restringe sólo a una intención normativa que busca re-ubicar lo subversivo sexual en el plano de lo privado. Pero la representación paródica del género se inviste de una doble función en su misma contradicción como señala Hutcheon “la parodia está doblemente codificada en términos políticos: legitima y subvierte a la vez lo que ella parodia” (Hutcheon, 1993:8) y además “la parodia postmoderna es una especie de <<revisión impugnadora>> o de relectura del pasado que confirme y subvierte a la vez el poder de las representaciones de la historia” (Hutcheon, 1993:3), la parodia del género no es un proceso a-histórico sino que pone en tensión las representaciones y/o discursos hegemónicos del género pero también encarna sus fisuras en una misma representación.

Pero ¿por qué consideremos problemática la parodia del género en el escenario de la televisión y la recepción del público? Una explicación posible se esboza en la diferencia entre humor y parodia que constituyen estrategias de comunicación completamente diferentes. Existe una gran divergencia entre *humor* y *parodia*. El *humor* en sus versiones de espectáculo o ficción en la televisión, produce una unión del público a partir del sentido común o simplemente a través de lo común, genera consenso a través de la violencia de la risa, produce otro definido (minusválido, homosexual, mujer), el público reconoce en el humor una función no disruptiva, el humor está además individualizado en sujetos que ejecutan el humor como un acto de profesión, es decir poseen ese rol. Otra estrategia distinta es la estrategia de *lo no-serio* que denominamos la *parodia*: un exceso que genera disenso y rechazo porque se distancia del referente común, no es similar a nosotros mismos, no posee un territorio o lugar definido porque puede contaminar cualquier cuerpo y posee múltiples posibilidades de aparecer en diversos fragmentos televisivos. Son los espacios de lo no-serio y sus formatos televisivos correspondientes lo más vulnerables a hacer aparecer la cuestión paródica en sus terrenos de la sexualidad. La parodia a diferencia del humor no es posible leerla de manera explícita y unitaria en el relato de la televisión, sino que es la lectura de una acumulación histórica de escenas y actos de la televisión que se relacionan

con la historia misma de la televisión. Por otra parte el humor y la parodia pertenecerán a la diégesis de la televisión, pero es el humor más espectáculo, y por lo tanto, una dimensión menos real que la parodia porque aparece mucho más singular y autárquica, dimensión que podrá proyectarse conflictivamente a la realidad social de los mismos espectadores.

La parodia de género no será humor, aunque pueda que se presente como un rasgo, ya que se exhibe como una dimensión más conflictiva. Una de las razones es que la parodia dificulta la identificación con los espectadores, pocos podrán reconocerse en identidades fisuradas, excesivas y hasta monstruosas para el orden normal de la televisión. A diferencia de lo que ocurre con el humor, una dimensión más familiar y cercana a la identidad de los espectadores, así lo afirman los espectadores en relación a un joven comediante:

“ese compadre es súper, es joven, es súper piola, es súper simpático. Mi mamá trabaja en *El Mercurio* y lo conoció en persona y dijo que era bajito, pero súper simpático, no es como el típico compadre de televisión, que se cree la raja, este compadre llega y se para y se saca fotos, habla contigo de repente” (FG 4, hombres).

La subversión no se daría a través de una crítica a la representación, una apelación directa contra el género, sino en la misma performance del género donde sucede y se articula la sexualidad. Es en el proceso de mediatización de *lo no-serio* donde las representaciones del género se tensionan.

CONCLUSIÓN/

Sobre los *discursos del terror del sexo mediatizado*

¿Qué ocurrió con la adolescente que observó en la televisión el cruce entre sexualidad, el género y la pantalla durante el recorrido de este texto? ¿La mujer joven fue afectada, víctima o prescribe en su narrativa subjetiva huellas de una ideología sexual mediatizada? Y si preguntamos, más aún, desde el sentido común ¿la adolescente que miró y habló de la televisión *sufrió* o fue víctima de los efectos discursivos de la sexualidad mediatizada en la televisión? Este ensayo buscó de algún modo dilucidar cuáles son los *efectos materiales* y discursivos de la sexualidad y el género mediatizado en las “inocentes” vidas de “menores de edad”, quizás para reconocer si eran tan certeras también las palabras de la ex-ministra del Sernam, Laura Albornoz, cuando intentó clausurar un relato de ficción televisivo por el exceso de violencia contra la mujer que escenificaba, por el *miedo* a los efectos nocivos de la televisión, miedos que son parte constitutiva de cualquier interrupción paternalista sobre la televisión.

La principal conclusión de este recorrido analítico está en reconocer que el público no es subsumido por las narrativas aparentemente autoritarias y espectacularmente dominantes de la televisión, *el público incluso rechaza y excluye el sentido de realidad* que elabora el aparato tecnológico y al rechazar produce y proyecta otros horizontes ideales de lo real televisivo. Este estado no posibilita una afirmación taxativa sobre la condición de impermeabilidad del público frente a los discursos de género y sexualidad de la televisión,

no significa que son dimensiones separadas. Esta subjetividad del público, o esta producción de un nuevo sentido de lo televisivo que es reapropiado por las audiencias, no se separa de este dispositivo: no porque los espectadores condenen y excluyan la realidad televisiva, sus signos e imágenes no estarán mediando la narración de subjetividad que produce el público. Esta supuesta autarquía demostrada por parte del espectador frente a la televisión y los relatos sexuales de la misma, no es más que una estrategia de un público instituido por una subjetividad que actúa moralmente donde se intenta negar la mediación de los actos de habla que realiza la televisión en relación con las audiencias jóvenes.

Debido a lo parcial de este análisis y al referirse principalmente en torno a los discursos de subjetividad del público, no es posible afirmar que estas *violencias* o *narrativas dominantes sobre el género*, que excluyen y reposicionan las diferencias, no sean tan ciertas ni reales. No podemos, ni es el objetivo, demostrar si afecta los modos cotidianos de vida de los adolescentes. A diferencia de esto, sí es posible afirmar cómo es el efecto no-lineal que produce la narrativa televisiva en la subjetividad del público.

Si podemos caracterizarla de un modo la subjetividad mediatizada del público responde de un modo *inmunitario* frente a su misma y constitutiva narración televisiva, ya que los sujetos buscan protegerse ante un exterior ideológico que lo encarna la televisión. Sin embargo, la novedad está en que se abre un nuevo vértice analítico en torno al modo en que la mediatización de las sexualidades produce sus *efectos*. Esta apertura es reconocible en que no se trata de una respuesta unilateral y lineal donde el público es el sujeto pasivo de los discursos hegemónicos televisivos, sino que es la misma opinión pública la que reproduce discursos que re-normativiza con sus sentidos mediatizados, para luego, legitimar narrativas discursivas mediadas que imponen un orden moral, estereotipos de género y una estética consensuada sobre los fragmentos televisivos y sus modos de consumo.

Se trata de un doble movimiento lógico: el público rechaza mayoritariamente el sentido semántico de la sexualidad televisada para –al mismo tiempo– instalar un discurso mediatizado restrictivo que excluye y devalúa el valor de lo sexual. El público por lo tanto no es linealmente víctima de los relatos sexuales mediatizados, sino que, aún más, es el mismo público el que insiste en reinstalar *discursos del terror* sobre las consecuencias de una sexualidad televisada y, al mismo tiempo, que instala estos apocalípticos enunciados legítima lógicas restrictivas de la sexualidad escenificada en televisión. Precauciones, advertencias, restricciones son las constantes acciones en el habla que genera la subjetividad del público, son prácticas no sólo significados, que obligan a afirmar la no-tan-lineal relación de los efectos sexo-mediáticos de la televisión sobre los espectadores. Porque no existe una sobre-erotización comprobable, ni una transgresión de las normas sexuales en el público, sino todo lo contrario: los discursos del terror (alarmistas y las estéticas de *lo-serio*) no hacen sino resguardar de forma inmune los significados de la sexualidad de los sujetos y produce a la vez la legitimación de su *deber ser* o sentido ideal de los significados sexo-televisivos.

Por lo tanto la relación entre televisión-sexualidad-audiencias no es un movimiento reducible a una victimización de parte de un imaginario pasivo del público porque se reconoce en los espectadores, y en esa cierta autonomía y negación de su relación de sentido con la televisión, un rol activo –pero oblicuo y en negación– para legislar sobre el orden de los cuerpos mediatizados, estratificar sentidos y discutir estéticas morales. El público no es más ese actor pasivo y víctima de la televisión y su sexo, sino que reproduce nuevas narrativas muchas veces más restrictivas y serias que las proyectadas por la misma televisión.

El habla del público se apropia de los cuerpos, imágenes y vectores discursivos que son parte de la pantalla, no es un relato homogéneo el discurso articulado por los espectadores,

sino que involucra una multitud de posibilidades sobre los objetos de la televisión. Para la presente investigación dedicada a abordar la relación entre género, sexualidades y comunicación fue imprescindible destacar cómo la subjetividad del público juvenil en sus irregularidades, reapropiaciones y espontaneidades elabora un torrente discursivo donde el género “social” aparece menos rígido y más móvil, fragmentado y engañoso. En la subjetividad mediatizada se articula un género sexual que depende y se (des)hace en los matices y formatos televisivos, produciendo así el imaginario de un género mediatizado articulado en las ficciones televisivas.

El género de la televisión depende ya no sólo de discursos sociales, políticos, históricos, sino que estos macro-discursos del género se localizan en una superficie de las tecnologías mediáticas donde las tensiones en contra de la artificialidad del cuerpo televisivo conviven con los excesos irreales y superficiales de la televisión.

Durante este ensayo el género de lo social es tensionado en su relación con un género de lo irreal ubicado en la pantalla. Para el público si bien esta distinción no es explícita, en las huellas de su discurso se reconoce cómo los roles de los géneros no son estatutos inmunes, sino que el género es *desplazado* como un objeto móvil en los lenguajes audiovisuales. El género es puesto en un escenario mediatizado donde es juzgado e interpelado desde el escenario de la experiencia personal del público, es decir los sujetos sexuados de la pantalla son intersectados y fragmentados por discursos ubicados “fuera” de una diégesis del sujeto del género como lo puede ser la experiencia del público que recubre y no-clausura el orden del género mediatizado.

La mujer fue develada no como lo real, incuestionable, sino que aparece como un signo de la sexualidad, circula en su calidad de (de)construcción semiótica (más que sus tautologías

naturalizantes) donde se abren espacios de no-ficción y ficción, donde el signo de la mujer es tensionado, discutido y puesto en duda, donde puede ser más o menos falsa, más o menos real, pero por sobre todo se devela la condición de *tecnología semiótica* que posee el género en la pantalla.

Esta representación del género desordenada por los aspectos técnicos y sociales de la mediatización televisiva, ubicada en el discurso del público, implicó una tensión entre las dimensiones de la artificialidad del género en confrontación valórica con un *deseo de verdad* y virtudes por parte de la subjetividad de los espectadores jóvenes. Si bien el discurso de los espectadores permite reconocer que el género es una categoría de un imaginario social en constantes prácticas laborales de desmontaje, (demostrando que existen mecanismos de resignificación de los discursos “hegemónicos” de la televisión), también esta labor de fisura de la subjetividad del público que devela lo técnico y desmontable del género es asistida por un discurso que rechaza la condición artificial de los géneros, o por ejemplo, la falsedad de los signos femeninos que circulan en la pantalla. Otra vez la negación afirmativa, una negación que produce un discurso.

La figura de la mujer representada es un objeto de discusión constante en el discurso del público, es un cuerpo en conflicto desde su precarización. Lo artificial de las representaciones de mujeres es puesto en duda, excluido del campo de reconocimiento por parte del público. Se asume que el cuerpo femenino mediatizado está desbastado por su generalizada condición de *objeto* con la cual circula en la televisión. El público declara el fracaso de la mujer (y de la sexualidad mediatizada en general) porque no habría posibilidad u ocasión desde la cual el género representacional sea más un sujeto con valores y metas; el género y la sexualidad están involucrados explícitamente en una dimensión más que próxima a los sentimientos, las emociones y las pasiones —como se podría establecer desde dicotómicas perspectivas de la teoría de género—, sino que las mujeres y la

sexualidad de la pantalla son excluidas por su imbricada conjunción con las banalidades y deshumanizadas prácticas del sistema televisivo.

El rechazo a la representación de la mujer no está dada entonces por los rasgos “intrínsecos” femeninos o los estereotipos psicológicos de los personajes femeninos que las involucran en una escena de lo sentimental, sino que ocurre una exclusión por la condición *artificial* del cuerpo femenino mediatizado. El público se opone a estas representaciones artificiales porque implican un engaño, una falsedad y una no coincidencia con una experiencia no tanto real, sino idealizada y modélica. Así es como la mujer sagaz de la televisión será por muchas y muchos rechazada por su condición explícita de uso no sacrificial del cuerpo y, en vez de este uso del cuerpo femenino, propone una relación de usufructo del mercado y la economía sexual de la televisión, donde las representaciones de las mujeres ya no sufren por ser víctimas, sino que parodian, exceden y aprovechan el estereotipo de la mujer-objeto de la televisión para sobrevivir.

Se reconoció en este texto cómo el público recubre de un conjunto de valores naturalizadores, patrióticos, verosímiles y realistas ciertas representaciones de la sexualidad mediatizada que se instauran como más legítimas que otras ubicadas en tensiones propias de un relación entre el relato de la ficción, la institución y los discursos de la televisión y el espacio de la experiencia del público, tres dimensiones que se involucran en la desarticulación del orden del género naturalizado.

El rechazo a la figura artificial de la mujer se debe a la preponderancia y hegemonía de discursos *humanistas* que confunden los ideales normativos de la mujer “real”, con los juegos y circunstancias del género femenino en la televisión. El género se devela así como una construcción jerárquica en la pantalla, donde existen mejores y peores, cuerpos

incluidos y otros excluidos, es decir la subjetividad mediatizada del público permite reconocer que la televisión funciona como un sistema de normativización de las sexualidades. Incluso más, la subjetividad televisiva del público que habla sobre, desde y en contra de los fragmentos de la pantalla *re-producen un orden moral en sus enunciados donde surge el buen cuerpo y el mal cuerpo de la representación mediática*. El cuerpo correcto de representación televisiva será aquel distanciado de los contratiempos de los sujetos ubicados en los relatos de lo *no-serio*.

Los cuerpos de lo no-serio son deslegitimados en su *performance* mediática porque poseen un exceso desbordante de la sexualidad, una sexualidad ya no identitaria sino entendida como marcas e hitos que *distorsionan* el significado prudente de los géneros sexuales, la sexualidad como un adjetivo que recubre y contamina la legalidad de los cuerpos en la pantalla, por tanto los cuerpos-objeto de la pantalla son deslegitimados en tanto una subjetividad, posibilidad de reacción o agentes de cambio. La sobreexposición de fragmentos o indicios de sexualidad, es para el público, un signo que contamina la posibilidad de analogía con lo real por parte de los cuerpos mediatizados; es decir, el público clausura e interrumpe forzosamente la posibilidad arbitraria de la “semejanza de las palabras [o imágenes hiper-sexuadas de la televisión] con las cosas” (Genette, 1989:41) que asoman en los fragmentos televisivos excedidos de sexualidad.

Genette hace visible como el lenguaje crea la verosimilitud y significancia de la representación en una relación entre las siluetas significantes y su semejanza con los objetos de lo “real”. Sin embargo, en la subjetividad mediatizada se ejerce una violencia de represión que corta e impide la posibilidad de significar positivamente los cuerpos excedidos y desbordados de sexualidad. Este desborde sexual no necesariamente se involucra con una pornografía del signo, sino con un exceso de cuerpo sin aparente sustancia en la pantalla, donde la superficialidad de la estética corporal termina por parecer

como signo que impide pensar *en serio* la relación entre género y comunicación. Pero esto es debido a que el cuerpo como objeto no puede poseer en sí mismo, y a través de sí, una articulación diversa de discursos valóricos, sobre el respeto del género sexual o un trazo discursivo que aborde moralistamente las entidades de la sexualidad ¿Qué “respeto” podría dirigir y considerar el público a un objeto sexual? ¿Puede un objeto mediatizado ser valorizado y ser guardián de una serie de normas de lo moral?

Es imposible para el público pensar positivamente la materialidad y objetualidad mecánica de la sexualidad en la pantalla, pues el género sexual es para el público –en su mayoría– un dispositivo para articular discursos normativos –como los que hace aparecer el feminismo restrictivo– es decir el público tiene el deseo de plantear el género como un *deber ser* constante en lo social que involucra en el caso de la mujer valores como lo sacrificial y la trascendencia a la banalidad televisiva, hay un deseo del público de moralizar la sexualidad.

El objeto (de la sexualidad) puede ser desechado, reutilizado, reformado, olvidado, es decir obtiene una categoría de cosificación tal que es imposible aplicar en este cuerpo-objeto unos discursos como la tolerancia y respeto (que son propios significantes colindantes del género “real”) que protegen y recubren de contratiempos y rupturas una sexualidad normativa. El objeto-mujer puede ser desechado en la pantalla, incluso olvidado sin la posibilidad de estrechar en este objeto un discurso de la memoria televisiva; esta condición de vulnerabilidad, artificiosidad y fugacidad del género de la pantalla es lo que produce la constante exclusión del modo en que la sexualidad es ubicada y reconocida en la pantalla.

Sería equívoco y básico afirmar que el público de la televisión se restringe a reproducir un discurso conservador que clausura la sexualidad mediatizada, porque no es tanto la

sexualidad el “enemigo” imaginario del público sino la ubicación y el uso que se otorga a estos géneros sexuados en una televisión con caracteres y formatos paródicos, de lo no-serio, lo no-periodístico que impide un valor significativo de la sexualidad por parte del público; y, por otra parte, la clausura que realiza el público al significado de lo sexual mediático nunca es tan taxativa porque de por sí necesita sexualidad para negarla.

Un ejemplo fructífero de este formato o marco en el que se ubican los cuerpos de la televisión es el rol importante de lo no-real, o mejor aún, el uso de formatos que se aproximan a la formalidad de un discurso periodístico o de la urgencia de lo real. La televisión emerge como un condensador de espacios donde el contenido sin relevancia en lo público se asoma. Los programas de espectáculo, las ficciones, los programas de entretenimiento poseen una aparente desvinculación con lo público social o “real”, pero en cambio poseen una alta relación y sobreexposición con *lo público de la televisión*, que sería la escenificación pública de lo privado. Es la intimidad, lo personal lo que se distribuye en curvas rebosadas en la televisión, el exceso del espacio privado es un carácter propio de las comunicaciones y una nueva ideología de la institución televisiva: “lo íntimo—afirmación de lo propio—se rebela contra la comunidad que trae consigo indistinción y peligro (...) La presencia de lo biográfico en las rutinas de la televisión confirma la ambigüedad de lo privado versus lo público, porque nunca existió un abismo entre ambos” (Ossa, 2010).

Sin embargo, para el público el exceso de lo privado es penado y desvalorizado porque no conforma una dimensión significativa para el funcionamiento de las normas sociales. El espacio que llamamos privado es aquel que el público impugna negativamente por desprestigiar y contaminar con sus discursos superficiales, hiper-corporalizados y obscenamente mercantilizados, es lo privado del espectáculo o el *reality* que registra la cotidianidad de un protagonista fragmentos televisivos de lo íntimo que el público se apresura en vaciar de significados.

Si bien lo privado es condenado por el público, desde una crítica feminista de la comunicación surgió la necesidad de comprender cómo la dimensión de lo “propio” —que el feminismo reconoció como “lo político” en tanto expone las jerarquías de significados sexuados— es un espacio disruptivo de significado en tanto sus signos se convierten en una fisura de lo hegemónico público y sus lenguajes mediáticos rígidos. Se afirma que el público se niega a pensar y considerar significativamente los territorios de lo privado mediatizado. El público, al igual que otros teóricos, también clausura el tratamiento de lo biográfico en la televisión porque impide articular una comunidad en su lenguaje de lo social y porque aportaría a la fragmentación e individualización de la realidad social.

Esta separación arbitraria de lo social mediatizado produciría estereotipos entre mujeres y hombres. Lo político es todo aquello que “agita lo social con sus múltiples conflictos ideológico-culturales y sus antagonismo de identidad y representación” (Richard, 2008:68). Por esto restringir el valor de la representación de lo privado re-sitúa las posiciones de poder entre lo femenino y lo masculino, restando legitimidad al espacio privado, instalándolo en una dimensión de lo femenino como espacio inferior y clausurando su narrativa de significados.

Pero antes que clausurar desde perspectivas ortodoxas la circulación y supuesto uso social de lo privado en la televisión, se pudo reconocer en este continuo mediatizado de lo íntimo una posibilidad de fisurar e interrumpir las voces mayoritarias del discurso del público sobre el género mediatizado. Lo privado entendido como un amplio espacio de ubicación de significados referentes al cuerpo, las pasiones, la sexualidad, los sentimientos, lo efímero y, en general, los deseos minoritarios, todos estos significantes son también un corpus de la subjetividad mediática desde donde se reconoció cómo ciertos desbordes de lo íntimo en la

televisión movilizan una articulación de mecanismos sociales mediatizados que buscan regular y normativizar esos excesos.

Falta entonces un empeño por comprender y otorgar una problematización y valorización mayores a los contenidos y cuerpos de lo privado. Esto impediría clausurar desde el habla de los espectadores inmediatamente los flujos televisivos referentes a la sexualidad, el género y la exposición de los cuerpos, ya que no serían estos últimos estigmatizados con valoraciones negativas y que no visibilizan el engranaje político y normativizador que se instala en la relación mediática entre la televisión y el público. Esta investigación develó algunos mecanismos de regulación que ejerce el discurso mediatizado del público al momento de enfrentar las problemáticas, y muchas veces raudamente excluidos, territorios de la sexualidad televisiva.

El rechazo a la tecnología televisiva y el género mediatizado por parte del público esconde una fuerte impronta discursiva de moralización y estigmatización sobre los cuerpos de la pantalla. La diferenciación de un público con género más natural (el género sexual del público que habla), se instala como opuesto a la circulación de contenidos superficiales corporales de la pantalla. Este rechazo a la tecnología del género en la pantalla supone y esconde a la vez una de las prácticas más violentas de una política discursiva sobre el género en la comunicación: *la desobjetivización sexual de los sujetos de la televisión*. Las sexualidades no son legitimadas como campos “con derecho” de articular a través de sí mismas un flujo de pensamiento, contradicciones o pertenencia; son deslegitimadas como referentes y actores públicos pertinentes para los social mediatizado. Así es, por ejemplo, como la mujer es la víctima perpetua de un público que no permite comprender el género sino es a través de una regulación que legitima sólo el fragmento realista, nacional, auténtico y sin desbordes de este género.

El afirmar que el género de la televisión es un agente de contaminación y a la vez víctima de la contaminación metafórica del vaciamiento valórico, supone la necesidad de hacer funcionar un conjunto de regulaciones y restricciones discursivas sobre la sexualidad de la pantalla. Esto, sin embargo, también significa afirmar que el género es un signo abierto a resignificaciones en la televisión, resignificaciones que no siempre son las esperadas para el mismo género ni por el público consumidor.

El análisis de discurso de la subjetividad mediatizada del público de la televisión permitió reconocer las dimensiones no evidentes y no explícitas de la circulación del género y la sexualidad. Este tipo de mirada sobre la televisión al ubicar las fallas, dudas y *tensiones* del público es capaz de poner en el escenario los mecanismos de coerción, restricción, violencia y normalización que aparecen en la pantalla.

La audiencia de la televisión al abordar discusiones sobre géneros sexuales busca marcar una diferencia entre el género mediatizado y el género “real”. El público rechaza la artificialidad de los cuerpos y géneros en la pantalla, insiste en generar divisiones entre el terreno de lo audiovisual tecnológico y la realidad social con lo que produce unos cuerpos discursivos que no reconocen la materialidad tecnológica de su mismo proceso de *generización*. En este sentido, para esconder y dificultar la reflexión sobre el carácter no natural de los géneros sexuales de lo social, los discursos feministas restrictivos (que buscan e idealizan la igualdad irrestricta de los géneros) acuñados por el público masculino y femenino constituyeron nada más que discursos positivos que impiden reconocer cómo los géneros son también dependientes de la técnica para aproximarse a la norma de género. Los discursos humanistas y pro-igualdad del género están sin duda presentes en el discurso del público pero son utilizados para neutralizar y restringir las discusiones entre las tensiones entre sexualidad y tecnología, impidiendo reconocerse como cuerpos vulnerables, imaginándose en cambio como cuerpos siempre perfectos o en camino a esta perfección.

Por otra parte la distinción entre el cuerpo de la pantalla y el cuerpo de lo “real” permitió examinar y afirmar que el público no reproduce miméticamente y/o automáticamente las reproducciones modélicas del género en la pantalla. Sino que es todo lo contrario, las representaciones del género y el cuerpo de la pantalla que constantemente son denostadas y clausuradas por su exceso de superficialidad sirven, en vez de conformarse en el deseo espectral del público, constituyen la posibilidad para el funcionamiento de la estrategia del público de ponerse *afuera* de la identificación y distantes a la contaminación sígnica de la televisión. Las representaciones de la sexualidad de las cuales tanto se teme por el *efecto* que puedan tener sobre los adolescentes son en cambio la posibilidad de que el mismo público adolescente reproduzca discursos de normalización, exclusión y regulación sobre el modo moral en que los cuerpos sexuados deberían instalarse en el escenario público de la televisión. Es decir los discursos del miedo y el terror sobre los efectos de una hipersexualidad en la pantalla son discursos alarmistas útiles para legitimar discursos normalizadores sobre la sexualidad.

Entonces, no existe un consumidor pasivo de los contenidos televisivos, los y las televidentes poseen estrategias de respuesta a la supuesta homogeneización de la pantalla, ya que, por ejemplo, el público femenino puede imaginarse fuera de las representaciones de lo femenino televisivo y no en una mismidad de los contenidos televisivos. Por lo mismo es que los formatos no-ficcionales, verosímiles y de *lo real*, que denominamos como formatos sobre *lo serio*, son contenidos de la pantalla más legitimados por la audiencia. Aquellos contenidos del *género de la pantalla* que se ubican en el polo opuesto de esta representación, es decir, esos géneros y cuerpos mediatizados que son ficcionales, inciertos y artificiales son excluidos y deslegitimados por el discurso del público.

BIBLIOGRAFÍA

AMIGO, Bernardo (2006) *Discursos sobre la sexualidad y género en programas de alta audiencia de la televisión abierta*. Secretaría Técnica de Educación en

- Sexualidad, Afectividad y Género, Ministerio de Educación, Santiago.
- ARANCIBIA, Juan Pablo (2006) *Comunicación Política. Fragmentos para una genealogía de la mediatización en Chile*. Editorial ARCIS, Santiago.
- APPADURAI, Arjun (2001) *La modernidad desbordada. Dimensiones culturales de la globalización*. Fondo de Cultura Económico.
- BAJTIN, Mijail (1990) *La cultura popular en la edad media y en el renacimiento: el contexto de Francois Rebelais*, Alianza, Madrid.
- BORDO, Susan (1999) “El hambre como ideología”, en *Feminismos y pedagogías en la vida cotidiana*, Ediciones Morata, Madrid.
- BOURDIEU, Pierre (1997) *Sobre la televisión*, Anagrama, Barcelona.
- _____, (2000) *La dominación masculina*, Anagrama (Colección Argumentos), Barcelona.
- BRAIDOTTI, Rosi (2004) *Feminismo, diferencia sexual y subjetividad nómada*. Editorial Gedisa, Barcelona.
- _____, (2000) *Sujetos Nomades. Corporaización y diferencia sexual en la teoría feminista contemporánea*, Editorial Paidós, Barcelona.
- BRUZOS, Alberto (2005) “Análisis de la enunciación irónica: del tropo a la polifonía”. En *Pragmalingüística 13*, pp. 25-49.
- BUTLER, Judith (2002) *Cuerpos que importan*. Editorial Paidós, Barcelona.
- _____, (2006) *Deshacer el género*. Editorial Paidós, Barcelona.
- _____, (1999) *El género en disputa*. Editorial Paidós, Barcelona.
- CABELLO, Cristian y Díaz, Jorge (2011) “La “mujer” que se queda en el hogar:trastoques feministas en los videos de Sadie Benning” en Revista de Cine *La Fuga*, Dossier Interiores: Cine y Subjetividad. Disponible en <http://www.lafuga.cl/la-mujer-que-se-queda-en-el-hogar/455> (Consultado 1 de mayo de 2011).
- CARRINGTON, Kerry y Bennett, Anna (1990) “Las 'revistas de chicas' y la formación pedagógica de la chica” en *Feminismos y pedagogías en la vida cotidiana*, Ediciones Morata, Madrid.
- CASTILLO, Alejandra (2011) “El feminismo no es un humanismo” en *Por un feminismo sin mujeres*, Territorios Sexuales Ediciones, Santiago de Chile.
- _____, (2009) “Feminismo y Universidad”, texto leído en el Primer Circuito de Disidencia Sexual organizado por la Coordinadora Universitaria de Disidencia Sexual (CUDS) en mayo de 2009 en Universidad de Chile y Universidad ARCIS. Texto disponible en *Revista Disidencia Sexual* <http://www.disidenciasexual.cl/2009/05/feminismo-y-universidad/> (Consultado el 16 de enero de 2011).
- _____, (2011) “Mi cuerpo es mío” en *Segunda Separata Imaginarios de Izquierda*, VV.AA., Santiago.
- CÓRDOBA, David (2005) “Teoría Queer: reflexiones sobre sexo, sexualidad e identidad. Hacia una politización de la sexualidad” en *Teoría Queer. Políticas Bollerías, Maricas, Trans, Mestizas*, VV.AA., Editorial Egales, Barcelona.
- DE LAURETIS, Teresa (1989) “La tecnología del género”. En *Technologies of Gender. Essays on Theory, Film and Fiction*, London, Macmillan Press, pp. 1-30.
- _____, (1992) *Alicia ya no. Feminismo, semiótica y cine*. Ediciones Cátedra, Madrid.
- DAVIS, Kathy (2007) *El cuerpo a la carta. Estudios culturales de cirugía cosmética*. Editorial La Cifra, México.

- DÍAZ, Jorge (2011) *Feminismo decapitado: Ficciones ópticas y sobresaturación travesti*, texto leído en el Tercer Circuito de Disidencia Sexual organizado por la Coordinadora Universitaria de Disidencia Sexual (CUDS) en Junio de 2011.
- DUSSAILLANT, Patricio (2007) “La televisión y el debate público” en *La Función Política de la Televisión. Tendencias, desafíos y contenidos en el Chile de hoy*. Secretaria de Comunicaciones, Ministerio Secretaria General de Gobierno, Santiago, pp. 55-65
- ESPINOSA, Patricia (2010) “El documental político realizado por mujeres” en *Cine de Mujeres en Postdictadura*, Mónica Ríos, Luis Valenzuela y Patricia Espinosa. Ediciones CNCA, Santiago, pp.61-77.
- FOUCAULT, Michel (2002) *La historia de la sexualidad. I. La voluntad de saber*. Editorial Siglo XXI, Buenos Aires.
- _____, (2000) *Los anormales*. Fondo de Cultura Económico, México.
- GENETTE, Gérard (1989) *Figuras III*. Editorial Lumen, Barcelona.
- HOCQUENGHEM, Guy (2009) *El deseo homosexual*. Editorial Melusina, España.
- HARAWAY, Donna (1991) *Ciencia, cyborgs y mujeres. La reinención de la naturaleza*. Ediciones Cátedra, Madrid.
- HUTCHEON, Linda (1993) “La política de la parodia postmoderna” en *Criterios*, La Habana, Julio, pp.187-203.
- JAMESON, Fredric (1998) “Sobre los 'Estudios Culturales'” en *Estudios Culturales: Reflexiones sobre el multiculturalismo*, Fredric Jameson y Slavoj Žižek, Editorial Paidós, Barcelona.
- KIRKWOOD, Julieta (1986) *Ser política en Chile, las feministas y los partidos*. Flacso, Santiago.
- LAMAS, Marta (1999) “Género: los conflictos y desafíos del nuevo paradigma”; en *El siglo de las mujeres*, Ana María Portugal y Carmen Torres (editoras). Editorial ISIS Internacional, Ediciones de las Mujeres N° 28, 9 pp.
- LIPOVETSKY, Gilles (2005) *La era del vacío*. Editorial Anagrama, Barcelona.
- MALABOU, Catherine (2010) *La plasticidad en espera*. Editorial Palinodia, Santiago de Chile.
- MARTIN-BARBERO, Jesús (2002) “El melodrama en televisión o los avatares de la identidad industrializada”. En Hermann Herlinghaus, *Narraciones anacrónicas de la modernidad. Melodrama e intermedialidad en América Latina*. Editorial Cuarto Propio, Santiago.
- MONTECINO, Sonia (1996) “Devenir de una traslación: de la mujer al género o de lo universal a lo particular” en *Conceptos de Género y Desarrollo*, Sonia Montecinos y Loreto Rebolledo. Santiago de Chile: Universidad de Chile, Facultad de Ciencias Sociales, Programa Interdisciplinario de Estudios de Género, Serie de Apuntes Docentes I, pp. 9-35.
- _____, (1991) *Madres y Huachos. Alegorías del Mestizaje Chileno*. Editorial Cuarto Propio-CEDEM, Santiago, Chile.
- MONTERO, Yolanda (2006) *Televisión, valores y adolescencia*. Editorial Gedisa, Barcelona.
- MORLEY, David (1996) *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Amorrortu Editores, Buenos Aires.

- MOUFF, Chantal (2007) *En torno a lo político*. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires.
- _____, (2009) “Feminismo: historia y pensamiento”; en *Revista Debate Feminista*. Año 20, Volumen 40, Octubre 2009, pp. 86-99.
- MULVEY, Laura (2001) “Placer visual y cine narrativo” en *Arte después de la modernidad: Nuevos planteamientos en torno a la representación*, Brian Wallis (coord.), Ediciones Akal, Madrid, pp. 365-367.
- NOUZEILLES, Gabriela (2002) “El retorno de lo primitivo. Aventura y masculinidad” en *La naturaleza en disputa. Retóricas del cuerpo y el paisaje en América Latina*, Gabriela Nouzeilles (comp.), Editorial Paidós, Buenos Aires.
- OREALC/UNESCO (2010) *Por un periodismo no sexista. Pautas para comunicar desde una perspectiva de género en Chile*. OREALC/UNESCO Santiago, Cátedra UNESCO-UDP “Medios de comunicación y participación ciudadana”, Programa de Libertad de Expresión de la Universidad de Chile, Colegio de Periodistas de Chile, Santiago de Chile.
- OSSA, Carlos (2010) “El sarcófago del corazón”. En *Revista E-misférica Visualidades Inestables*, Nueva York.
- PÉREZ, Pablo (2005) “Cuerpo y discurso en la obra de Judith Butler: Políticas de lo abyecto” en *Teoría Queer. Políticas Bolleras, Maricas, Trans, Mestizas*, VV.AA., Editorial Egales, Barcelona
- PISANO, Margarita (2004) *Julia, quiero que seas feliz*. Editorial Surada, Santiago de Chile.
- PRECIADO, Beatriz (2008) *Testo Yonqui*. Editorial Espasa, Madrid.
- _____, (2010) *Pornotopía. Arquitectura y sexualidad en <<Playboy>> durante la Guerra Fría*. Editorial Anagrama, Barcelona.
- PORTER, Elizabeth (1990) “Mujeres y amistades: Pedagogías de la atención personal y las relaciones” en *Feminismos y pedagogías en la vida cotidiana*, Ediciones Morata, Madrid.
- RANCIÈRE, Jacques (2008) *Política, policía, democracia*. Editorial LOM, Santiago.
- RICHARD, Nelly (2010) *Crítica de la memoria (1990-2010)*. Ediciones Universidad Diego Portales, Santiago, 2010.
- _____, *Feminismo, género y diferencia(s)*. Editorial Palinodia, Santiago, 2008.
- SAMBADE, Iván (2010) “La pragmática masculina del control: del gobierno de sí mismo hacia la violencia contra las mujeres” en *Revista Nomadías* N° 11, Facultad de Filosofía y Humanidades-Editorial Cuarto Propio, pp. 42-67.
- SCOTT, Joan W (1996) “El género: Una categoría útil para el análisis histórico”. En Marta Lamas Compiladora. *El género: la construcción cultural de la diferencia sexual*. PUEG, México, pp. 265-302.
- SPIVAK, Gayatri (1994) “El desplazamiento y el discurso de la mujer” en *Revista Debate Feminista*, Año 5, Volumen 9, México D.F., pp.150-182.
- _____, (2009) *Muerte de una disciplina*. Editorial Palinodia, Santiago.
- VERÓN, Eliseo (1995) *Semiosis de lo Ideológico y del Poder / La mediatización*, Facultad de Filosofía y Letras, Oficina de Publicaciones del CBC, U.B.A., Buenos Aires.
- WITTIG, Monique (2006) *El pensamiento heterosexual y otros ensayos*. Editorial Egales, Barcelona.

WOLTON, Dominique (1999) “La comunicación política” en *El Nuevo Espacio Público*, Editorial Gedisa, Barcelona.
_____, (1992) *Elogio del gran público. Una teoría crítica de la televisión*. Editorial Gedisa, Colección El Mamífero Parlante, Barcelona.

ANEXO

Se adjunta CD-ROM con transcripción de *Focus Groups* utilizados en la investigación titulada “Restos de género en la televisión: Subjetividad pública, feminismo y mediatización de la sexualidad”.

A Jorge Díaz, por nuestros intensos diálogos críticos y
su compañerismo en “lo” político