

Cincuenta sombras de la cultura masiva

Por: Carolina Spataro / Carolina Justo von Lurzer. Nueva Sociedad. 02/12/2016

La activación sexual de las mujeres a través de la cultura de masas, los vínculos placenteros que establecen con los productos de difusión masiva o su participación artística en los programas de entretenimiento y chimentos son fuertemente cuestionados en diferentes núcleos de activismo feminista y académico. Sin embargo, es posible construir otras miradas sobre estos fenómenos y asumir los desafíos que proyectan sobre los modos de construir conocimiento y teoría crítica, cuestionando el sentido común que a menudo habita los propios análisis académicos.

Cuando en 2013 Justin Bieber visitó Buenos Aires, los medios de comunicación se sorprendieron –una vez más– por esas jóvenes y no tanto que se acercaban a la puerta del hotel en donde el cantante canadiense se hospedaba y por las filas que hacían esperando entrar en el estadio River Plate, donde daría su concierto. Las tildaron de «histéricas», «locas», «desenfrenadas» y otros adjetivos de ese tipo, similares a los que se escuchaban más de medio siglo antes sobre las fanáticas de Elvis Presley y de los Beatles, cuando aparecían llorando y gritando ante las cámaras por sus amados artistas, y sobre las seguidoras del popular cantante Sandro, un colectivo que se autodenominó «las nenas» aun cuando la extensa trayectoria del ídolo las hizo pasar por diferentes etapas de sus ciclos vitales. Los medios, el sentido común extendido y ciertas posiciones académicas buscaron una y otra vez mostrar lo irracional o inadecuado de las mujeres cuando expresan públicamente sus emociones y formularon preguntas tales como: «Si Justin matara a una persona y vos [la fan] fueras la única testigo, ¿dirías la verdad en un juicio?». Mientras las interpretaciones extendidas en aquel momento iban por esos carriles, las fans grafiteaban las paredes de Buenos Aires con expresiones como estas: «Justin, con vos nos prostituimos gratis» o «Justin, colame los dedos». Ese gesto, actualización de la costumbre de «las nenas» de arrojar bombachas a los pies de Sandro, muestra una evidente escenificación del deseo femenino vehiculizado por el vínculo que las mujeres establecen con la cultura de masas, y en este caso, específicamente con la música.

En el abanico de estereotipos sobre las mujeres que nos propone la cultura masiva, la mujer objeto ocupa un lugar privilegiado. Este estereotipo es curiosamente abrazado por algunos sectores feministas que, en efecto, ven en las mujeres que están en las pantallas meros objetos de deseo puestos a la orden de los varones, pedazos de carne que se mueven contra un caño frío o una pelvis ajena y que se encuentran allí porque no habrán tenido opción o porque no advierten que «perrear» en vivo por un diez del jurado del certamen televisivo *Bailando por un sueño* es denigrante para ellas, para nosotras, para todas, ¿para quién? *Showmatch*, el programa de televisión abierta conducido por Marcelo Tinelli, que cuenta con alto rating y con presencia constante en la pantalla de la televisión argentina contemporánea, tiene en su elenco un enorme número de bailarinas, todas ellas consideradas por algunos sectores feministas como víctimas del patriarcado. Las bailarinas de *Showmatch* a las que entrevistamos en una investigación en curso resultaron ser bastante lúcidas: subrayaron la formación en danza y el profesionalismo como eje de su labor televisiva, la concepción de su desempeño artístico en televisión como un trabajo y la construcción de una relación laboral con la industria televisiva; la estrategia de «personificación» –«juego un personaje»– y el uso racional-instrumental (táctico) del capital erótico en el contexto del entretenimiento televisivo, la crítica, la negociación y el establecimiento de límites frente a algunas propuestas de la industria. Es decir, esas bailarinas desarrollan en la industria televisiva un erotismo profesional puesto en juego por cuerpos entrenados técnicamente.

La activación sexual de las mujeres a través de la cultura de masas o los vínculos placenteros que establecen con los productos de difusión masiva –que en muchos casos presentan altas dosis de sexismo y discriminación– o, incluso, la elección de formar parte de esos espacios como trabajadoras o productoras¹ son fuertemente cuestionadas en diferentes núcleos de activismo feminista o académico, que entienden de modo uniforme y despectivo esas experiencias: las *fans* de las que hablamos en un primer momento y las mujeres televisadas son subestimadas e incluso estigmatizadas por sus gustos musicales y sus elecciones. Volveremos a ello más adelante.

En un contexto de creciente demanda de derechos de los movimientos de mujeres y de la diversidad sexual, que se materializó en la sanción de normativas de reconocimiento, protección y ampliación de derechos², el vínculo entre mujeres e

industrias culturales se ha convertido en un eje central de debate en organismos públicos, programas de formación y espacios mediáticos especializados donde se formulan interrogantes que buscan establecer en qué medida las representaciones de las industrias culturales acompañan o limitan las transformaciones y, a su vez, de qué manera intervenir sobre esa audiencia a la que se considera incapaz de advertir el sexismo. El interés suele estar centrado en la denuncia del carácter sexista de diferentes productos televisivos, musicales o literarios, y esta tendencia se vio reforzada por el artículo 5 de la ley 26.485/2009, que señala la violencia mediática como una de las modalidades de ejercicio de la violencia de género. Esto fortaleció la concepción dominante de las industrias culturales como meras reproductoras de desigualdades de género y de estereotipos discriminatorios.

Este artículo propone retomar estos debates para comprender la tradición en la que se inscriben y las tensiones que los atraviesan y que se actualizan en las discusiones contemporáneas. Para ello, haremos un breve recorrido por los interrogantes que han orientado los estudios en comunicación y género, especialmente los que indagaron el vínculo entre cultura de masas y mujeres desde sus inicios. Luego, plantearemos algunas de las controversias que suscitan ciertos casos de estudio para, por último, reflexionar sobre los desafíos que enfrentamos quienes estudiamos los procesos de comunicación y las prácticas culturales en clave de géneros y sexualidades y los aportes y las potencialidades de estos estudios en la intervención crítica feminista.

Trayectorias

El vínculo entre las mujeres y la cultura de masas ha sido una preocupación de los estudios de comunicación y cultura desde hace décadas. Los estudios académicos desarrollados desde principios de 1970 se conocieron como «estudios sobre las imágenes de la mujer». Esos primeros abordajes se basaban en el análisis de los efectos que los mensajes mediáticos tenían en la socialización de las mujeres mediante nociones restrictivas de feminidad³ y estuvieron fuertemente influidos por los estudios dominantes en la época, que se focalizaban en el análisis de contenido para comprender los efectos de los medios de comunicación sobre las audiencias. Esto permitió hacer un conjunto de afirmaciones sobre la cultura popular y masiva, entre ellas, que los medios representaban «mal» la realidad: las imágenes de las mujeres reproducidas en ellos eran estereotipos limitados y discriminatorios que había que reemplazar por imágenes más reales y positivas. Este reclamo por la inversión de los modos de representación y por la erradicación de las imágenes

inadecuadas de las mujeres pasaría a formar parte del sentido común del activismo feminista sobre comunicación y género, así como de las declaraciones de principios de los organismos internacionales⁴. Veremos que este mismo tipo de demanda es el que se sostiene en la actualidad en Argentina.

- 1. Pablo Semán y Pablo Vila: «Cumbia villera: una narración de mujeres activadas» en P. Semán y P. Vila (comps.): Cumbia. Nación, etnia y género en Latinoamérica, Gorla / epc (unlp), Buenos Aires, 2011.
- 2. Tal es el caso, en Argentina, de las leyes de Salud Sexual y Procreación Responsable (No 25.673/2003), de Derechos de Padres e Hijos durante el Proceso de Nacimiento (25.929/2004), de Educación Sexual Integral (26.150/2006), de Prevención y Sanción de la Trata de Personas y Asistencia a sus Víctimas (26.364/2008), de Protección Integral para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra las Mujeres (26.485/2009), de la modificación a la Ley de Matrimonio Civil para permitir el matrimonio igualitario (26.618/2010) y de la Ley de Identidad de Género (26.743/2012).
- 3. Joanne Hollows: «Feminism, Cultural Studies, and Popular Culture» en J. Hollows: Feminism, Femininity and Popular Culture, Manchester University Press, Manchester, 2000.
- 4.

Conferencias de la Mujer de la Organización de Naciones Unidas (onu), Informe Unesco, 1979. V. entre otros, el capítulo j de la Plataforma de Acción de Beijing, 1995.

Fuente: <http://nuso.org/articulo/cincuenta-sombras-de-la-cultura-masiva/>

Fotografía: nuso.org

Fecha de creación

2016/12/02