Globethics Repository



Cincuenta sombras de la cultura masiva [Fifty shades of mass culture]

This page was generated automatically upon download from the Globethics Repository. More information on Globethics see https://www.globethics.net. Data and content policy of Globethics Repository see https://repository.globethics.net/pages/policy.

Item Type	Article
Authors	Justo von Lurzer, Carolina
Publisher	Fundación Friedrich Ebert (FES)
Rights	Creative Commons Copyright (CC 2.5)
Download date	2026-11-01 21:24:20
Link to Item	http://hdl.handle.net/20.500.12424/163471

Este artículo es copia fiel del publicado en la revista Nueva Sociedad Nº 265, septiembre-octubre de 2016, ISSN: 0251-3552, <www.nuso.org>.

Cincuenta sombras de la cultura masiva

Desafíos para la crítica cultural feminista

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.

Carolina Justo von Lurzer / Carolina Spataro

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

Carolina Justo von Lurzer: es doctora en Ciencias Sociales y magíster en Comunicación y Cultura por la Universidad de Buenos Aires (UBA) e investigadora del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (Conicet), con sede en el Instituto de Investigaciones Gino Germani (IIGG) de la UBA. Es docente en la carrera de Ciencias de la Comunicación de la misma universidad.
Carolina Spataro: es doctora en Ciencias Sociales y magíster en Comunicación y Cultura por la UBA. Es investigadora del Conicet con sede en el IIGG y docente en la carrera de Ciencias de la Comunicación de la misma universidad.
Palabras claves: cultura de masas, feminismo, mujeres, sexualidad, Argentina.

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 productoras[1] 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 derechos[2], 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.

El interés suele estar centrado en la denuncia del carácter sexista de diferentes productos televisivos, musicales o literarios

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

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).

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 feminidad[3] 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 internacionales[4]. Veremos que este mismo tipo de demanda es el que se sostiene en la actualidad en Argentina.

Tres problemas centrales aparecen en estos enfoques[5]: en primer lugar, el modo en que se piensa la relación entre los medios y la sociedad, que implica considerar esos medios como una ventana al mundo cuyas imágenes son o deberían ser un reflejo de la realidad. Esto supone, además, que podríamos ponernos de acuerdo en cuál es el «modelo real de feminidad»; tal como sostiene Charlotte Brunsdon, «pedir imágenes más realistas es siempre un argumento a favor de la representación de 'tu' versión de la realidad»[6]. El segundo problema es el alcance metodológico del análisis de contenidos

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.
5. J. Hollows: ob. cit.
6. Ibíd., p. 18.



© Nueva Sociedad / Juan Lima 2016

pensado como un mero análisis del texto mediático. Esto suele acarrear la descontextualización de esos discursos; se los desvincula tanto del contexto de aparición como del contexto de consumo y apropiación. El tercer problema es que estos estudios afirman y confirman lo obvio[7]. El análisis de la frecuencia de aparición de mujeres en medios o de un determinado estereotipo de mujer habla de aquello que aparece, pero no dice nada sobre cómo aparece, no solo en un mismo producto sino en la diversidad de productos que conviven en la escena cultural y mediática. Por ejemplo, el rol de secretaria en un drama específico ¿es utilizado para confirmar el lugar de las mujeres en la oficina, para cuestionar la división sexual del trabajo y otras posiciones y normativas de género, o ambas cosas a la vez? La serie de televisión por cable *Mad Men* ofrece mucho para responder a esa pregunta; solo hay que estar dispuestas y dispuestos a interrogarla.

Los estereotipos sociales tienen potencia en la medida en que son verosímiles, es decir que nunca son por completo falsos y están ligados al mundo social de un modo realista. Las imágenes de mujeres que analizaban aquellos trabajos y las que analizamos hoy se ajustan entonces a una cierta verosimilitud social acerca del lugar de las mujeres en, por ejemplo, una sociedad capitalista basada en desigualdades de género, y se conforman así –hasta un cierto punto– con las efectivas posiciones de las mujeres en esas sociedades. Reclamar la erradicación de estos estereotipos implicaría separar los medios de comunicación de la sociedad de la que son parte y ofrecer una imagen distorsionada de las relaciones sociales existentes. En cambio, exigir la multiplicación de las imágenes posibles habilitaría la confrontación de posiciones y la diversidad de identificaciones. Un último reparo es que el énfasis en el cuestionamiento sobre «cómo son representadas las mujeres» posterga la preocupación por «cómo es representada la lucha de las mujeres».

¿Qué sería representar «bien» a las mujeres?, ¿podríamos ponernos de acuerdo? ■

Este tipo de abordajes nos enfrenta en definitiva al problema de la representación: ¿qué sería representar «bien» a las mujeres?, ¿podríamos ponernos de acuerdo?, ¿quién definiría y cuál sería el contorno de esa realidad de las mujeres?, ¿estaríamos seguras de no haber dejado a ninguna afuera?, ¿es eso acaso posible? El problema del sujeto de la representación –político y mediático– es un núcleo histórico de debate en los feminismos que ha dado lugar

7. Liliane Jaddou y Jon Williams: «A Theoretical Contribution to the Struggle against the Dominant Representations of Women» en *Media, Culture and Society* vol. 3 Nº 2, 1981.

a disputas internas y a desarrollos de perspectivas epistemológicas y políticas diversas (el feminismo negro, los feminismos poscoloniales y decoloniales, entre otros), que han cuestionado la posición dominante de algunas experiencias de clase, raza, edad y orientación sexual. También existen divergencias en cuanto a la decisión sobre los propios cuerpos y la relación establecida con la sexualidad como un mero espacio de dominación patriarcal o como un escenario de disputas por la agencia de las mujeres[8]. En definitiva, estos primeros estudios produjeron un cuerpo de conocimiento necesario acerca de las representaciones de las mujeres en los medios y reconocieron en la cultura de masas un espacio de socialización de género, pedagogía sexual y educación sentimental. Sin embargo, resultan insuficientes para comprender la experiencia de las mujeres, los vínculos que establecen con la cultura de masas en calidad de audiencias o el lugar que ocupan y las estrategias que despliegan cuando están en la pantalla o detrás de escena.

Esta vacancia comenzó a ser ocupada por investigaciones –los trabajos pioneros del Centro de Estudios Culturales Contemporáneos de Birmingham– que pusieron en cuestión esos puntos de partida para sostener que los procesos de negociación en función de las posiciones de clase, género, raza y edad y la condición situada del consumo cultural no pueden soslayarse en la investigación. En las líneas que siguen, nos detendremos brevemente en dos de estos trabajos señeros para precisar sus aportes y rescatarlos del olvido en el que parecen haber sido sumidos por las miradas dominantes de hoy.

Cuando, por ejemplo, Janice Radway se dispuso a estudiar en los años 80 el modo en que las mujeres de una pequeña ciudad de Estados Unidos leían la literatura romántica (el equivalente a las obras de Corín Tellado en la literatura hispana), advirtió lo evidente: que en esos textos se reproducían modelos de feminidad y masculinidad basados en parámetros clásicos: los varones era fuertes, fríos y distantes; las mujeres, sensibles, dulces y comprensivas[9]. Estas últimas también eran heroínas cuando intentaban cambiar el corazón rudo del varón por uno tierno y afectuoso. Si la investigación terminara aquí, tendríamos un perfecto ejemplo de un trabajo académico que denuncia la reproducción de estereotipos sexistas. Pero Radway estaba interesada en el uso de esos textos y, sobre todo, en los sentidos que les otorgaban las mujeres que los leían con avidez. Un hallazgo puso en tensión sus puntos de partida: para

8. Lisa Duggan y Nan D. Hunter: *Sex Wars: Sexual Dissent and Political Culture*, Routledge, Nueva York, 1995.
9. J. Radway: «Conclusion» en *Reading the Romance: Women, Patriarchy, and Popular Literature*, University of North Carolina Press, Chapel Hill-Londres, 1991.

las lectoras de novela romántica con que ella trabajó –amas de casa urbanas de clase media–, la actividad lectora era concebida como una actividad de protesta, una declaración de independencia respecto de las demandas domésticas y de su entorno familiar: «este es mi tiempo, mi espacio, ahora déjenme en paz» era su lema. Al mismo tiempo, Radway advertía que este impulso era visto desde cierto feminismo como un modo de confinar a las mujeres al espacio de lo doméstico, como un placebo frente a sus disconformidades cotidianas. Y allí la investigación señaló algo que es central para las formulaciones de este artículo: que la pregunta sobre si la literatura romántica (podríamos poner allí cualquier otro objeto de las industrias culturales) desvía las posibilidades de transformación social o, por el contrario, motiva la protesta no tiene respuesta, porque no hay estudios que puedan corroborar esas afirmaciones. No los había en los años 80 ni los hay hoy; los estudios de audiencias son un área de vacancia en Argentina. No conocemos, entonces, cuáles son los efectos prácticos que la lectura repetitiva de novelas románticas tiene sobre la forma en que se comportan las mujeres después de haber cerrado sus libros y haber vuelto a sus actividades diarias, dirá Radway, como tampoco sabemos qué sucede en términos de reproducción de estereotipos y desigualdades de género cuando las mujeres argentinas terminan de ver el programa de Tinelli o de escuchar a Ricardo Arjona. Sin embargo, hay algo que el estudio de Radway sí pudo advertir: la lectura de la novela romántica habilitaba caminos de transformación personal para algunas mujeres, que mediante la actividad lectora podían imponerse de forma más efectiva a las demandas de su entorno, que las ubicaban una y otra vez como cuidadoras del hogar y la familia. Ellas podían defender sus elecciones ante otros y justificar su derecho al placer, demandas que el feminismo sostiene para cuestionar la división «generizada» del espacio público y privado y sus consecuencias en la vida de las mujeres. La advertencia que hace este estudio es, entonces, la de no subestimar las autopercepciones de las mujeres, ni sus propias concepciones de transformación y autonomía. Siempre es posible pretender mensurarlas en relación con una vara de autonomía completa, pero también es peligroso no advertir que una vara tal no existe, ya que no existe un afuera de la cultura.

La lectura de la novela romántica habilitaba caminos de transformación personal para algunas mujeres

Pero no es solo en la pregunta por las audiencias donde se hace evidente la necesidad de cuestionar lo aparente. Angela McRobbie señaló tempranamente que es fundamental mirar los objetos de la cultura de masas para detectar los

modos de la feminidad en cada contexto histórico, y es por eso que se pone a estudiar las representaciones que aparecen en las revistas para mujeres en la década de 1980[10]. En los estudios en comunicación en Argentina es muy usual la selección de este tipo de materiales para la realización de tesis, *papers* o artículos de opinión, y la mayoría de las conclusiones arrojan un mismo resultado: la homogeneización de las revistas femeninas como espacios de reproducción de estereotipos sexistas: mujeres en el espacio doméstico o mujeres objeto. Estos estudios tienen una lógica confirmatoria, encuentran lo que van a buscar y rara vez se dejan sorprender por los materiales y sus matices. Sin embargo, en el estudio señero de McRobbie se señala no solo que las tendencias van cambiando a lo largo de los años, sino que en la misma superficie textual pueden encontrarse sentidos que confirman y legitiman las normativas sociosexuales y de género y sentidos que las desafían, se desplazan de ellas, las exceden. Por ejemplo, si en las revistas de los años 60 y 70 encuentra una narrativa del amor romántico sin encuentros sexuales y el matrimonio como horizonte para todas las mujeres, en los 80 y 90 aparecen ciertos desplazamientos: la narrativa convencional del romance no es central, hay una gran cantidad de información sobre música, cine, celebridades de la TV, pero también sobre anticoncepción y VIH, y gradualmente comienza a aparecer la idea de que el sexo es algo que debe aprenderse, ya que se señala que la concepción de la experiencia sexual como un desarrollo natural entre dos que se aman es un mito. Es decir, lo que se hace evidente en estas investigaciones es que la cultura de masas no es estática y que un mismo texto puede reproducir parámetros sexistas y, simultáneamente, aflojar el control de la feminidad normativa para dar lugar a modos de la feminidad más plurales. La cultura de masas construye una y otra vez sus relatos alrededor de esas tensiones. No aplanarlas en el análisis es todo un desafío.

Controversias

Trayendo estas preguntas a objetos de nuestra cultura contemporánea, ¿podríamos decir que la revista *Para Ti* representa de igual manera a las mujeres argentinas durante sus casi 100 años de existencia o que la *Para Ti* de hoy es igual a la *Cosmopolitan*? ¿Podríamos afirmar que el conjunto de libros denominados «porno para mamás», cuyo pico de ventas se encuentra en *Cincuenta sombras de Grey* –pero no se agota allí– es solo la reproducción de la historia

10. A. McRobbie: «More!: nuevas sexualidades en las revistas para chicas y mujeres» en James Curran, David Morley y Valerie Walkerdine (comps.): *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo*, Paidós, Buenos Aires, 1998.

de amor clásica entre el varón experimentado y la chica inocente? ¿Podríamos sostener que los programas de chismes solo vulneran el derecho a la intimidad de las personas y ofrecen guiones relativamente estables sobre relaciones de género y sexuales? ¿O que las bailarinas de los programas televisivos de *prime time* exponen sus cuerpos en la pantalla chica como objetos de contemplación y espectáculo? Sí, podemos hacer todas estas afirmaciones y seguramente no estaríamos equivocadas y, sobre todo, nos quedaríamos tranquilas por haber asumido el rol de denuncia que nos cabe como críticas culturales feministas. Pero si nos detenemos en ese punto, si llegamos hasta el umbral de la denuncia como frontera de la crítica, nos perderemos la riqueza y la complejidad que los productos y las prácticas de la cultura masiva nos ofrecen para comprender las relaciones sociales y las transformaciones culturales –por pequeñas y lentas que parezcan– de una época: en *Cincuenta sombras de Grey* es el sexo, y no el amor, lo que marca la diferencia, y la experiencia del orgasmo y los modos de lograrlo son lo que define las lógicas de los encuentros de los protagonistas de la historia. También hay prácticas sexuales no convencionales que han convertido este libro y otros del tipo en un *boom* editorial. Allí aparece un modo de explicitación en lo público –vía cultura de masas– de dimensiones de la sexualidad y el erotismo que pueden observarse también en otra serie de materiales: revistas como *Ohlalá* o *Cosmopolitan* tienen su sección de consejos sexuales e imprimen en sus portadas frases tales como «tips para convertirte en una mujer multiorgásmica»; también es posible leer consejos sobre cómo retomar la vida sexual después del puerperio en revistas maternales. Estos discursos ponen en escena una ampliación cualitativa y una toma de distancia de ciertas normas sociosexuales respecto de décadas pasadas, así como la configuración de feminidades complejas. ¿Que estas pueden ser también nuevas normativas sexuales, nuevos guiones sobre la sexualidad de las mujeres? Sin dudas, no hay «afuera de la cultura» y, va de suyo, no hay «afuera de la norma». Lo que sí es importante analizar es hacia dónde, cómo y empujados por quiénes se corren, flexibilizan y amplían los límites de lo posible, aun cuando vuelvan a estabilizarse temporariamente[11].

Ohlalá o _Cosmopolitan_ tienen su sección de consejos sexuales e imprimen en sus portadas frases tales como «tips para convertirte en una mujer multiorgásmica»

11. Gayle Rubin: «Reflexionando sobre el sexo: notas para una teoría radical de la sexualidad» en Carole Vance (comp.): *Placer y peligro. Explorando la sexualidad femenina*, Revolución, Madrid, 1989.

Imaginar que los productos de la cultura masiva únicamente restringen las posibilidades del decir y los modos de ver a través de una reproducción punto a punto de las normativas de una época solo restringe la mirada analítica. También restringe la capacidad de tomar los espacios de la cultura masiva como espacios de incidencia y articulación política. En los años de debate en torno de algunas de las leyes recientes en Argentina –sobre matrimonio igualitario e identidad de género, por ejemplo–, los programas de chimentos y *magazines* televisivos fueron espacios claves para la puesta en agenda pública de esas demandas de derechos. Lo hicieron, además, en la palabra de celebridades locales que discutían y defendían en vivo las razones para la sanción de estas leyes y ponían en primera persona los avatares de la desigualdad de derechos. Es cierto, la experiencia de discriminación vivida por Florencia de la V[12] en virtud de su identidad de género está atravesada por su posición de clase, que la ubica en una situación ventajosa respecto de otras mujeres trans y travestis de sectores populares. Eso no torna menos política la aparición de una demanda de reconocimiento social y legal en un programa de difusión masiva.

Desde hace años podemos rastrear en los programas y las revistas de chimentos relatos sobre violencia de género ejercida contra mujeres del mundo del espectáculo. Formas victimizantes y espectacularizantes de tratamiento de esas situaciones siempre primaron en la televisión local. También la culpabilización de las mujeres y el silencio sobre los perpetradores. En el contexto de la primera manifestación #NiUnaMenos[13] y luego de la sanción de la Ley contra la Violencia de Género, estos relatos comenzaron a producirse en clave de derechos. ¿Esto eliminó las viejas retóricas? No. Simplemente las complejizó y las desplazó.

Cierto, dirán, pero programas como el de Marcelo Tinelli –quien además se sacó una foto con el cartel de #NiUnaMenos– siguen en pantalla y «fomentan la cultura de la violación y los femicidios». «Desde el crimen de Chiara, #NiUnaMenos circula por las redes sociales con ferocidad. Anoche Marcelo Tinelli tuiteó la consigna: tuvo más de 6.000 RT y 7.000 FAVS. Después el show continuó: cuerpos bellos, flacos, rubios, exitosos que representan el modelo de mujer ideal del siglo XXI», decía un artículo de *Cosecha Roja*. La cultura

12. Actriz y comediante trans. En 2010, luego de una acción de amparo presentada por el equipo jurídico de la Federación Argentina de Lesbianas, Gays, Bisexuales y Trans, logró cambiar legalmente su nombre de nacimiento [N. del E.].
13. Movilizaciones contra la violencia machista y los femicidios organizadas por escritoras, artistas y periodistas. Su primera versión, en 2015, concentró a alrededor de 300.000 personas en el centro de la ciudad de Buenos Aires V. <http://niunamenos.com.ar/> [N. del E.].

masiva y la televisión en particular están conformadas por estos pliegues, estos solapamientos y contradicciones; la nota referida se titula «Cuando el femicidio mide 30 puntos de rating»[14], y en esta simple afirmación se expresa esa tensión constante: alude tanto a la cultura sexista reproducida por el programa como a que probablemente nunca antes mencionar el femicidio haya tenido tanta repercusión.

Tal como señaláramos, los estudios de comunicación y cultura en clave de géneros y sexualidades tienen una larga tradición; sin embargo, hoy en Argentina los análisis sobre el vínculo entre mujeres y cultura de masas están fuertemente marcados por los primeros estudios que, en términos generales, señalan que la cultura de masas es nociva para las personas en general y para las mujeres en particular. Hemos desarrollado ya las críticas a estos enfoques; queremos mencionar brevemente el modo en que esto se traduce en formas de intervención más o menos institucionalizadas. Diferentes denuncias en organismos públicos, artículos periodísticos e incluso informes de corte académico parten de ese presupuesto[15]. Las mujeres de las que hablamos en este artículo son consideradas «tontas culturales» porque no advierten la manipulación a la que son sometidas, o «víctimas» de las reglas de las industrias de la cultura de masas, con lo que se transforman en cómplices de su propia dominación. Algunas de las consecuencias de estas consideraciones pueden sintetizarse en subestimación o directo desconocimiento de las dimensiones lúdica, de goce, irónica o paródica en los vínculos establecidos por las audiencias con los medios de comunicación; impugnación de ciertas figuras femeninas que ponen en primer plano su erotismo; construcción de custodias morales de los medios de comunicación y consecuente demanda de estrategias punitivas (regulación/erradicación de contenidos); confusión entre hallazgos e hipótesis: los estudios confirman lo que van a buscar, es decir que algunos textos de las industrias culturales efectivamente reproducen el sexismo, lo que obtura la posibilidad de que sean también espacios de flexibilización de las normativas sociosexuales; exigencia de cuotas de mujeres en los medios de comunicación, lo que esencializa esa identidad

Las mujeres de las que hablamos en este artículo son consideradas «tontas culturales» o «víctimas» de las reglas de las industrias de la cultura de masas

14. «Cuando el femicidio mide 30 puntos de rating» en *Cosecha Roja*, 15/5/2015.
15. Sandra Chaher: «Violencia mediática: cómo erradicar los contenidos discriminatorios de los medios masivos de comunicación», 2010, mimeo.

de género –algo así como decir «todas las mujeres son feministas por el solo hecho de ser mujeres»– y deja de lado otras posiciones que también pugnan cotidianamente por su reconocimiento, como las identidades trans.

En el contexto de un estado deliberativo acerca de lo que conocimos en otra época como las entidades inmutables del sexo y el género[16], el movimiento #NiUnaMenos consolidó demandas que hace décadas llevaba adelante el movimiento de mujeres, las visibilizó de manera contundente y habilitó la participación de sectores más amplios de la sociedad. Una ampliación que siempre es bienvenida, en la medida en que rompe las barreras endogámicas, pone en la agenda pública los problemas de la desigualdad y violencia de género y potencia las demandas al Estado. Pero la transformación profunda de las relaciones sociales requiere también de una puesta en cuestión de los modos automáticos en los que analizamos las experiencias de quienes no encajan con nuestro ideal emancipatorio, siempre clasista y etnocéntrico.

Desafíos

La ponderación de ciertas perspectivas analíticas y políticas en el campo mencionado ha generado una zona de sombras que consideramos necesario iluminar. Nos detendremos en dos de ellas.

En primer lugar, la sombra que oscurece la perspectiva de los actores. Es necesario estudiar los modos en que las mujeres se vinculan con la cultura de masas. No hay forma de tener una comprensión acabada sobre cómo funcionan en la cultura el programa de Marcelo Tinelli, la música de reguetón y los libros de Florencia Bonelli[17] –por mencionar tres de los productos culturales que desvelan a las posiciones denuncialistas– si no es indagando a quienes los consumen y los producen; es necesario que los estudios de comunicación y género produzcan conocimiento sobre las audiencias y las rutinas profesionales. Esto no quiere decir, insistimos, adoptar una mirada ingenua sobre las normas sociosexuales y de género que allí se reproducen. No es ese el objetivo sino, por el contrario, preguntar y estudiar específicamente de qué modo se vinculan las mujeres con la cultura de masas, más allá y más acá de la reproducción o el cuestionamiento del orden vigente. Estas mujeres no están allí en una perpetua espera de ser salvadas por la agudeza crítica de

16. P. Semán: «El posporno no es para que te excites» en *Anfibia*, 7/2015.
17. Escritora argentina de novelas románticas, entre ellas trilogía *Caballo de fuego* (2012-2012) y *Los enamorados del lago Nahuel Huapi y otras leyendas de amor* (2010) [N. del E.].

la academia o la militancia. Pero sí están, tal vez, para mostrarnos los modos en que el género y la sexualidad se tramitan también a través de la cultura de masas.

En segundo lugar, las sombras que oscurecen los espacios de intervención vinculados a la formación. Con esto queremos decir que si bien la denuncia de los contenidos sexistas de las industrias culturales es un modo de intervención, este no es el único ni debe implicar la desestimación de otras intervenciones. El desarrollo de espacios de formación en comunicación, géneros y sexualidades desde una perspectiva de derechos en los distintos niveles educativos –que implica, por ejemplo, el sostenimiento y la ampliación de la educación sexual integral– es clave para transformar de manera gradual las concepciones de género y sexualidad que producen no solo los femicidios y las formas de violencia extrema, sino también un «micromachismo» que se expresa, por ejemplo, en la actitud del grupo de personas que al parecer decidió bajarse de un avión de American Airlines que iba de Miami a Buenos Aires en julio de este año porque estaba piloteado por mujeres[18]. Esa formación también debería contemplar a los sujetos en calidad de productores –esto es especialmente importante en el contexto actual de desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y de las redes sociales– y ofrecer herramientas para la construcción de mensajes propios. Asimismo, debería fomentar la capacitación de profesionales de medios, crear canales de diálogo con las instancias de producción y gestión de medios[19] y promover una equitativa distribución por géneros de los puestos profesionales y de decisión en medios de comunicación de gestión pública, privada o comunitaria.

En definitiva, lo que nos interesa señalar es que un ejercicio de crítica cultural feminista exige recuperar una mirada sobre la cultura que reponga su condición de terreno siempre en disputa. Es posible que esta nostalgia que parece orientar la discusión sobre comunicación, géneros y sexualidades desde paradigmas que no solo se remontan a los inicios de la investigación en la temática, sino que han sido profundamente discutidos en los últimos 40 años, haya permitido olvidar que la cultura popular y de masas es un espacio de lucha y que, en este sentido, no puede ser estudiada sino de modo

18. Stephanie Chernov: «Versiones cruzadas por la 'protesta' en un vuelo Miami-Buenos Aires porque las pilotos eran mujeres» en *La Nación*, 14/7/2016.
19. Algunas de estas acciones están siendo desarrolladas por la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual y se encontraban en el espíritu de algunos planes de fomento a la producción desarrollados por el Ministerio de Planificación en articulación con universidades nacionales hasta 2015.

histórico, situado, contextual y en movimiento. Esto implica atender también a su complejidad ya que, tal como venimos señalando, los productos mediáticos pueden rigidizar ciertas normas sexo-genéricas y a la vez ponerlas en cuestión, todo en un mismo texto. Es necesario reponer la contradicción y tensión inherentes al funcionamiento de los medios y la cultura, lo que habilitará un resguardo analítico y político a las afirmaciones mecánicas y homogéneas sobre los contenidos y experiencias y, a su vez, permitirá cuestionar cierto mecanicismo que parecería establecer relaciones de causalidad entre representación mediática y transformación social. Ni los medios ni sus representaciones estereotipadas han impedido que ciertas transformaciones en materia de derechos de géneros y sexualidades sucedieran de hecho, ni podemos sostener que, a la inversa, hayan sido las transformaciones en las representaciones mediáticas de los últimos años las que impulsaron los avances legislativos y sociales. Cuestionar el sentido común que habita también en los análisis académicos y políticos implica necesariamente quitar la carga de la causalidad a esta relación. De este modo, podremos comprender los procesos culturales y su vinculación con las agendas políticas y los movimientos sociales en una complejidad que desafía permanentemente nuestros modos de producir conocimiento, nuestras estrategias militantes y –especialmente– nuestras precarias certezas sobre la cultura.

PÁGINAS

Septiembre de 2016
Lima
Nº 243

ARTÍCULOS: Utopía y proyecto político hoy, **Cecilia Tovar**. Apuntes sobre «el evangelio de la compasión», **Eduardo Arens**. La misericordia ampliada, **Raúl Pariamachi**. Crecimiento, inclusión y cambio climático. Notas sobre *La era del desarrollo sostenible*, **Javier M. Iguíñiz Echeverría**. El experimento democrático. Ética cívica y vida pública, **Gonzalo Gamio Gehri**. Comunidades cristianas de base: fe y política, **Catalina Romero**. Flores negras en el Rímac, **Samuel Ashcallay Samaniego**. Donde vive la esperanza, **Moisés Bazán Novoa**. Honduras. Entre la rabia, la tristeza y la desconfianza. El Papa a los jóvenes en Cracovia. Ante la situación de La Oroya, **Arzobispado de Huancayo**. «El señor ama al que busca la justicia» (Pr. 15, 9), **Conferencia Episcopal Venezolana**. Picaflor-Madreflor. Exposición de Lucy Jochamowitz.

Edita y distribuye Centro de Estudios y Publicaciones, Camilo Carrillo 479, Jesús María – Apdo. 11-0107 – Lima 11, Perú. Tel.: (511) 4336453 – Fax: (511) 4331078. Correo electrónico: <paginas-cep@amauta.rcp.net.pe>. Página web: <www.cep.com.pe>.