

## SEXUALIDADES MEDIÁTICAS EN AMÉRICA LATINA: TODO CUERPO ES POLÍTICO

### MEDIA SEXUALITIES IN LATIN AMERICA: EVERY BODY IS POLITICAL

**Paola Bonavitta**

CONICET y Universidad Nacional de Córdoba (Centro de Investigaciones de la Facultad de Filosofía y Humanidades, Área de Feminismos y Género)  
[paola.bonavitta@gmail.com](mailto:paola.bonavitta@gmail.com)

**Jimena de Garay Hernandez**

Universidad del Estado de Río de Janeiro  
[jime.degaray@gmail.com](mailto:jime.degaray@gmail.com)

### Resumen

En el presente artículo, exploramos diversos interrogantes relacionados con la construcción de las sexualidades mediáticas mapeando las formas en que los medios masivos de comunicación y las tecnologías de la información y la comunicación forman, conforman, crean, re-crean y reproducen las sexualidades hoy, comprendiendo que ninguna sexualización queda por fuera de la política y lo normado. Profundizamos en quiénes son seres sexuados en los medios masivos de comunicación (en adelante, MMC), quiénes tienen derecho a visibilizar su sexualidad y si existen diferencias en la sexualización de mujeres y hombres, heterosexuales y homosexuales, personas blancas y negras. Igualmente, ahondamos en el análisis de la construcción de sí como ser sexual y sexuado a través de las redes sociales, *reality shows* y otros tipos de plataformas actuales, que desestabilizan las fronteras entre lo público y lo privado al cambiar los regímenes de visibilidad de sí y de los/as otros/as. Partiendo del análisis de contenido de los mensajes mediáticos, buscamos comprender e interpretar las sexualidades dominantes y reflexionar sobre los cuerpos sexuados marginados de los MMC. Igualmente, a partir del marco conceptual y de una sistematización de la legislación vigente en la región y en el mundo, proponemos formas de escapar de las nuevas formas de producción y reproducción de desigualdad.

## Abstract

In this article we explore various questions related to the construction of media sexualities, mapping the ways in which the mass media and information and communication technologies form, shape, create, re-create and reproduce sexualities today, understanding that no sexualization is out of politics and regulations. We deepen on who are sexual beings in the mass media, who have the right to visualize their sexuality and if there are differences in the sexualization of women and men, heterosexual and homosexual, white and black people. Likewise, we delve into the analysis of self-construction as sexual and sexual being through social networks, reality shows and other types of current platforms, which destabilize the boundaries between the public and the private by changing the visibility regimes of self and others. Based on the content analysis of the media messages, we seek to understand and interpret the dominant sexualities and to reflect on the marginalized sexual bodies of the media. Likewise, from the conceptual framework and a systematization of current legislation in the region and in the world, we propose ways to escape from the new forms of production and reproduction of inequality.

**Palabras clave:** sexualidades; medios de comunicación; discursos; público/privado; subjetividades.

**Keywords:** sexualities; media; discourses; public/private; subjectivities.

## Introducción

Desde hace cinco años, venimos realizando lecturas críticas a los productos mediáticos (televisión, gráfica e internet) mexicanos, argentinos y brasileros. En este proceso, hemos observado que, insertas en una sociedad individualista, voyeurista (Lipovetzky, 2002; Sibilia, 2005), las personas (sobre todo las y los usuarios de redes sociales) respetan una consigna clave: aparecer, estar, mostrarse. La vida íntima se expone y escenifica, buscando legitimación y reconocimiento a través de su visibilidad, marcando nuevas fronteras entre lo público y lo privado, y forjando nuevas subjetividades (Bruno, 2015).

En lo que respecta a la sexualidad, ésta —en su discurso y en su visibilidad— se ha ido modificando con el transcurso del tiempo. Los discursos y prácticas que producen expresiones, reglamentos e identidades con respecto a ella se han



actualizado, mutado y entrelazado con diversos proyectos y procesos políticos. Por un lado, podríamos decir que se ha producido una especie de “destape” de los cuerpos y los deseos con respecto a otros momentos históricos, lo cual no necesariamente implica una libertad para éstos. Vivimos en un sistema de “heterosexualidad obligatoria” (Rich, 1980), que se reproduce a través del cultivo de unos cuerpos sexuados con apariencias “naturales” y disposiciones heterosexuales “naturales” (Butler, 1993 y 1997). Por otro lado, sucede que “la sexualidad es un fenómeno histórico en el cual interviene toda una serie de tabúes socialmente impuestos y aceptados, sostenidos por diversos juicios religiosos” (Gargallo, 2008: 22).

Un ejemplo de este fenómeno paradójico puede observarse en el reciente evento que tuvo la atención mediática de todo el mundo: los Juegos Olímpicos 2016 en Rio de Janeiro, Brasil, contexto geográfico ya cargado de significados de contenido sexual con un sesgo colonial<sup>1</sup>. Dicho evento fue divulgado como “las olimpiadas de las mujeres” ante un gran porcentaje de competidoras, pero el foco de la cobertura mediática, bajo la lógica del consumo masculino, no eran sus habilidades, sino su sexualidad y sus cuerpos. Si por un lado los uniformes en varias disciplinas fueron mucho más cortos y las imágenes de los MMC destacaron nalgas y pechos, también hubo discursos moralistas y/o invisibilización hacia aquellas deportistas que mostraban cierta autonomía sexual (Molinari y de Garay, 2016). Este fenómeno tuvo como actores no sólo a los medios hegemónicos, sino a la participación activa de personas en las redes sociales, que comentaban y divulgaban dichos discursos.

Como este ejemplo, retomamos en este texto algunos discursos y prácticas que circulan en los MMC con respecto a la sexualidad que nos han posibilitado evidenciar la producción y reproducción de mecanismos de control, clasificación y moralización de las corporalidades. En este sentido, utilizando contenidos elaborados por ciertos MMC, analizamos algunos dispositivos de control, tales como la heterosexualidad obligatoria, el adultocentrismo y el machismo, así como algunas resistencias que se han presentado en esta nueva era, especialmente la militancia a través de las redes sociales.

El objetivo que hemos seguido consistió en indagar acerca de la construcción de las sexualidades mediáticas, mapeando las formas en que los MMC y las tecnologías de la información y la comunicación (TIC's) forman, conforman, crean, recrean y reproducen las sexualidades hoy. Profundizamos en quiénes son seres sexuados en los MMC, quiénes tienen derecho a visibilizar su sexualidad y si existen

diferencias en la sexualización de mujeres y hombres, heterosexuales y homosexuales, personas blancas y negras.

### Marco conceptual

Siguiendo a Foucault (2008), comprendemos que existe una supuesta “voluntad de saber” sobre el sexo. Para el autor, desde el siglo XVII puede encontrarse una proliferación de discursos acerca de este tema, una exhortación a hacer hablar y a oír de él. Con ello se opone a la “hipótesis represiva”, que supone que la sexualidad ha tendido a ser rechazada y reprimida en la modernidad por la burguesía. Tal como explica el autor, el sexo no es sólo asunto del placer, sino que también nos entrega un cierto saber y una verdad. La “verdad del sexo” se logra mediante la confesión. El propósito de Foucault es demostrar que la libertad sexual “lograda” es un dispositivo falso que pretende distraer de aquello que verdaderamente debe ser objeto de lucha en nuestra sociedad: el control de nuestros propios cuerpos y nuestros deseos.

Ese control sobre las corporalidades opera en forma estratégica a través de la producción de un tipo de discurso acerca de lo que es la sexualidad. La “sexualidad” no es un dato “natural” sino el “correlato” de una práctica discursiva. Según Foucault (2008), históricamente existen dos procedimientos para producir la verdad del sexo: la *ars erótica* y la *scientia sexualis*. En la *ars erótica*, la verdad del sexo se extrae del placer mismo, tomado como práctica y reunido como experiencia. En la *scientia sexualis*, en cambio, es del orden del discurso.

A nivel macroestructural, podemos señalar que la sociedad occidental (hegemónica en muchos contextos) se encuentra, desde hace ya unas décadas, atravesando un proceso de transformaciones que alcanza todos los ámbitos y, obviamente, internet y las TIC’s no son ajenas a ello. Estamos pasando por una transición de un mundo hacia otro: de aquella formación histórica anclada en el capitalismo industrial, que rigió desde fines del siglo XVIII hasta mediados del XX —y que fue analizada por Foucault (1975) bajo el rótulo de “sociedad disciplinaria”—, hacia otro tipo de organización social que empezó a delinearse en las últimas décadas. Foucault había destacado lo que llamó una *anatomopolítica* (Foucault, 1975), caracterizada por ser una tecnología individualizante del poder, basada en el escrutar en los individuos, en sus comportamientos y en sus cuerpos, con el fin de atomizarlos, es decir, producir cuerpos dóciles y fragmentados. La disciplina funciona como instrumento de control del cuerpo social, penetrando en él hasta llegar a sus átomos:



los individuos particulares. Al individuo concreto, forjado en esa producción cultural, se le aplica el control, la vigilancia y el castigo.

Foucault comparó un momento histórico de la sociedad moderna con el diseño de prisiones llamadas panópticos: allí, un solo guardia podía vigilar a muchos prisioneros mientras él no podía ser visto. El oscuro calabozo de la pre-modernidad había sido reemplazado por la moderna prisión brillante, pero Foucault advierte que "la visibilidad es una trampa" (Foucault, 1975). A través de esta óptica de vigilancia, dice, la sociedad moderna ejercitaba sus sistemas de control de poder y conocimiento. Este autor sugiere que en todos los planos de la sociedad moderna existía un tipo de "prisión continua": todo está conectado mediante la vigilancia (deliberada o no) de unos seres humanos por otros, en busca de una "normalización" generalizada (Foucault, 1975).

Si bien todavía seguimos siendo cuerpos disciplinados, dóciles y útiles, como decía Michel Foucault (1975), tan eficaces para el proyecto del capitalismo industrial, hay algunos cambios e inflexiones. No somos exactamente eso. El auge de la genética y el desciframiento del código genético<sup>2</sup> contribuyeron a expandir esa retórica. El panorama ha cambiado y, ahora, se recurre a lo que Deleuze llamó "sociedades de control": regímenes apoyados en tecnologías electrónicas y digitales para establecer el dominio del alma, lo que podría llamarse "biopoder" (Deleuze, 1991).

Foucault (1975) describe la emergencia del *biopoder* y el "control total sobre los cuerpos vivos", es decir, todas las políticas económicas, geográficas y demográficas que establece el poder para el control social. Como el poder se encuentra difuso e impregna todas las relaciones sociales, ataca la "hipótesis represiva" (Foucault 2008: 17), la creencia común de que hemos reprimido nuestros impulsos sexuales desde el siglo XIX, y propone una visión de la sexualidad como "promovida" a través de la construcción discursiva del sexo. Sin embargo, esta supuesta libertad sexual se enfrenta continuamente al "control sobre los cuerpos vivos", y el derecho de espada<sup>3</sup>, la muerte, típica de sociedades disciplinarias, ha cedido el paso a la producción de subjetividades a partir de "la interiorización de la norma" (Foucault, 1976), mecanismos más acordes con las sociedades de control en las que vivimos. Por tanto, el autor concibe el discurso sexual y la libertad sexual "lograda" en las últimas décadas como un dispositivo falso, que pretende distraer de lo que debe ser verdaderamente objeto de lucha en nuestra sociedad: el control sobre nuestros propios cuerpos, nuestros placeres, nuestros deseos y nuestras pasiones.



No obstante, las sociedades presentan inflexiones, discontinuidades, y con ellas cambios en la producción de subjetividades. La necesidad de ocultar lo íntimo, lo privado, el temor a la censura y al castigo, ya no son las máximas. El punto, ahora, es todo lo contrario: hay que mostrarse, exhibirse, estar, aparecer. Sin embargo, no desaparece la vigilancia: unas/os y otras/os nos vigilamos constantemente, aunque protejamos nuestros cuerpos reales.

Aparecemos virtualmente, nos mostramos a través de una cámara, una pantalla, un blog, un perfil, pero nuestro cuerpo permanece en el ámbito privado, protegido por el sujeto mismo. Los límites están marcados por la pantalla. Tal es así que aún se “justifican” violencias de género, incluyendo violaciones, bajo argumentos machistas basados en cómo estaba vestida, o si lo engañó con otro, o si no accedió a tener sexo siendo su pareja (en casos de violaciones intramaritales). Un ejemplo de esto fue lo ocurrido en Ciudad de México, cuando el cuerpo de una joven apareció en Ciudad Universitaria, y la Procuraduría de Justicia, vía Twitter<sup>4</sup>, emitió mensajes que la culpabilizaban por ello, tales como “ese día estaba alcoholizándose” o que la deslegitimaban de cierta forma, como “ella ya no estudiaba en la universidad”, como si eso justificara de cierta forma el haber sido víctima de violencia letal. Esto nos señala que las decisiones libres y autónomas de las mujeres siguen siendo reprimidas y castigadas, mientras en la pantalla la permisión es otra, específicamente con respecto a la violencia. Con el “Caso Melina Romero” —una joven víctima de femicidio— sucedió algo similar. El diario más vendido de Argentina tituló una nota: “Una fanática de los boliches que abandonó la secundaria”<sup>5</sup>. De esa manera, remarcan aspectos criticados socialmente: era mujer, salía de noche y no estudiaba; además, tenía *piercings* y tatuajes. Con estos prejuicios, se justifican las muertes femicidas por ser mujeres que no se comportan patriarcalmente.

Por otro lado, y retomando a Haraway (1984: 2): “Un ciborg es un organismo cibernético, un híbrido de máquina y organismo, una criatura de realidad social y también de ficción. La realidad social son nuestras relaciones sociales vividas, nuestra construcción política más importante, un mundo cambiante de ficción”. En este sentido, somos seres ciborgs también, atravesados y constituidos por dispositivos mecánicos, científicos. Eso trae el cuerpo al espacio público y lo contrario.

“El ciborg se sitúa decididamente del lado de la parcialidad, de la ironía, de la intimidad y de la perversidad. Es opositivo, utópico y en ninguna manera inocente. Al no estar estructurado por la polaridad de lo público y lo privado, define una polis tecnológica basada parcialmente en una revolución de las relaciones sociales en



el oikos, la célula familiar. La naturaleza y la cultura son remodeladas” (Haraway, 1984: 4)

El deseo de lograr una total compatibilidad con el tecnocosmos digital se ha convertido en un imperativo productor de subjetividades que torna al cuerpo obsoleto (Sibilia, 2005).

“Esta evolución poshumana (o postevolución) muestra los cuerpos insertos en un régimen digital donde se presentan como sistemas de procesamiento de datos encargados de disolver su propia materialidad. En este nuevo régimen de poder y saber nada queda fuera de control”. (Sibilia, 2005: 123)

Por otra parte, para Félix Guattari,

“la cultura de masas produce individuos: individuos normalizados, articulados unos con otros según sistemas jerárquicos, sistemas de valores, sistemas de sumisión; no se trata de sistemas de sumisión visibles y explícitos, como en la etología animal, o como en las sociedades arcaicas o precapitalistas, sino de sistemas de sumisión mucho más disimulados”. (Guattari y Rolnik, 2008: 26)

Así, en la actualidad se está generando otro tipo de registros de cuerpos, más ávidos y aparentemente menos disciplinados. Sería otro perfil subjetivo el que sería privilegiado, estimulado. Los nuevos cuerpos son ansiosos, excitados, incitados a consumir constantemente, que quieren siempre algo nuevo, experiencias extremas, antes mal vistas. Además, necesita ser visto para ser: sólo reconoce su materialidad bajo la pupila del/a otro/a, bajo su comentario y reconocimiento. Las subjetividades se producen de forma distinta, con menos deseos de soledad, de intimidad, de introspección. Ahora, hay una visibilización compulsiva, pues pareciera que es la pantalla lo único que otorga legitimidad en épocas del fin de los grandes relatos.

### **Aproximación metodológica**

Analizar los discursos que circulan en nuestra sociedad se ha constituido en un objetivo importante y en una clara tendencia de las Ciencias Sociales y Humanas. Ello tiene mucho que ver con la valoración epistémica del lenguaje y la importancia teórico-metodológica que han adquirido los estudios del discurso. En este trabajo se utilizó el análisis de contenido del discurso mediático que, como metodología cualitativa, le da prioridad a la interacción social. Para Díaz y Navarro (1998) ha de concebirse como un procedimiento destinado a desestabilizar la inteligibilidad inmediata de la superficie



textual, mostrando sus aspectos no directamente intuitivos y, sin embargo, presentes. El fin del análisis de contenido es identificar actitudes, creencias, deseos, valores, centros de interés, objetivos, metas, de personas, grupos, organizaciones, países, etcétera.

Para comprender cómo los medios producen discursos y prácticas en torno a las sexualidades, es importante considerar no sólo qué escriben, dicen o muestran, sino también cómo lo hacen, en otras palabras, no sólo el contenido sino también la enunciación. Toda enunciación de texto se concibe como un acto que tiende a modificar las relaciones entre el emisor y el receptor y el contexto que le rodea.

Foucault, por su parte, propone situar a los discursos en sus condiciones de existencia, en su contexto particular. Desenmarañar el mensaje de ese discurso como si fuese un ovillo a desenredar. También nos nutrimos del análisis del discurso feminista, que propone una discusión y una comparación con un enfoque que enfatiza las diferencias culturales en lugar de las diferencias de poder y desigualdad (Tannen, 1994).

A la luz de lo expuesto, nos centraremos en el análisis discursivo, parcial y exploratorio, de una serie de 30 discursos provenientes de mensajes mediáticos en México, Brasil y Argentina que han tenido recepción masiva (*reality shows*; publicidades de productos de belleza, de ropa y de alimentos *light*, discursos y prácticas en redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram) para poder apuntar a una lectura reflexiva y así explorar sobre las corporalidades sexuadas. El discurso entendido desde la pragmática y la enunciación es una práctica social, es acción e intención.

El discurso representa la principal materialización de la ideología en sentido amplio; supone una manera de actuar sobre un auditorio con fines prácticos, que funciona como creador y sostén de construcciones dirigidas a los/as ciudadanos/as para compartir ciertas visiones del mundo e, incluso, maneras de pensar, hablar y actuar. En este artículo, se reflexiona en relación a los discursos que aparecen en ciertos MMC y a las imágenes que allí se muestran como estructuras/visibilizadoras de sexualidades.

### **Ser mediático: el culto a una cierta perfección**

Los MMC, la industria cultural, las redes sociales, son fenómenos sociales muy amplios, que atraviesan a nuestras culturas y dan forma a nuevos modos de trabajar,



aprender, amar, militar, estar en el mundo. De esta manera, resulta que, en estos espacios, cada vez es más poderoso el culto al cuerpo, la autorreferencia, la enunciación inmediata, la fascinación por el éxito individual. Nos convertimos en una cultura que, cada vez más fuerte, exclama: "Yo, yo y yo". Según Lipovetsky (2002: 40), el narcisismo colectivo consiste en "juntarnos porque nos parecemos, porque estamos directamente sensibilizados por los mismos objetivos existenciales". Así, el narcisismo no sólo se caracteriza por la autoabsorción hedonista sino también por reagruparse con seres idénticos.

En una sociedad marcada por los MMC como organizadores de la sociabilidad y las formas de relacionarnos con el mundo, los objetos y el sexo, cada cual se observa, se comprueba, busca su bienestar y se hace responsable de su propia vida (Lipovetsky, 2002). Ello lleva a identificar socialización y desocialización: el individuo es un individuo soberano, libre, administrador de su vida, es decir, un individuo personalizado.

Para Bruno (2015: 110), las tecnologías de la información son "agentes y síntomas privilegiados" de la "inestabilización de los límites entre lo público y lo privado", lo cual se observa en la creciente exposición de sí, en la búsqueda por la mirada del otro, por la fuerza del "ojo público", que es al mismo tiempo de todo el mundo y de nadie, y que delimita regiones y prácticas de intimidad. Este "ojo" se vincula con la formación de la subjetividad.

Según Sibilia (2008), en el momento actual hay una crisis de la intimidad, la cual, como perteneciente al ámbito privado, ya no se opone al ámbito público, porque pasa a exhibirse. Según la antropóloga,

"en el siglo XVIII se privilegió el espacio público; fue el siglo del hombre público. Y la privacidad, en ese contexto en el que empieza a configurarse la división entre lo público y lo privado, quedó como el ámbito de la familia y de la mujer. En el siglo XIX hubo una inflación del espacio privado, y el espacio público empezó a ser estigmatizado, temido por engañoso, hipócrita, y el espacio de la intimidad pasó a ser el de la verdad y la autenticidad, donde se podía estar sin máscaras, y era moralmente superior. La moralidad privilegiada era la del hogar, de las relaciones familiares, íntimas. Esa superioridad moral de la intimidad no terminó. El ámbito público está cada vez más estigmatizado, más asfixiado. En las décadas de 1960/70 algo empezó a cambiar de una forma compleja, desdibujando la frontera entre lo privado y lo público. Desde entonces, la intimidad pasó a mostrarse en el espacio público". (Sibilia, 2008: 120)

En épocas donde todo es efímero, donde —según Baumann (2000)— la vida es líquida, la intimidad se vuelve lo más valioso y, justamente por ello, tiende a mostrarse:



“Mostrar la intimidad tiene que ver con el hecho de que es lo más valioso, aunque se trate de cosas banales: cómo uno se lava los dientes, cómo es la decoración de mi casa, mi estilo. Entonces, lo que más se valora es lo íntimo. Pero en algún punto dejó de ser íntimo, porque perdió su opuesto, lo público. Antes lo íntimo era secreto, ahora se lo hace público en Internet”. (Sibilia, 2008: 37)

Esto sostiene el porqué del éxito de los *reality shows*: allí quienes se muestran son personas corrientes (es decir que no son estrellas de cine o de TV, ni escritores/as, ni productores/as, etcétera). En “Gran Hermano”, por ejemplo, programa que en Brasil ya llegó a su 17ª edición, el objetivo de una convivencia entre 20 personas desconocidas entre sí es mostrar su vida cotidiana privada sin censuras. “Bailando por un sueño” o “Cantando por un sueño”<sup>6</sup>, también encarnan la promesa de hacer pública una destreza o habilidad de personas corrientes. Eso sí: quienes participan cumplen con estéticas específicas y ciertas masculinidades y feminidades que no desafían de manera alguna lo hegemónico. Hay homosexuales, transexuales y travestis, sí. De hecho, el ganador de la versión brasilera de 2005, declaradamente gay, es hoy en día diputado federal y luchador acérrimo de la causa LGBT. Pero no se muestran sus vidas privadas. Hay pobres, sí. Pero no se nota esa pobreza o se presenta como el pobre que logró trascender su situación de marginalidad. En su edición de 2016, “Bailando por un sueño” (Argentina) incluyó una travesti, pero fue presentada como una mujer trabajadora, que deseaba prosperar y casarse. De hecho, se celebró un compromiso entre ella y su pareja en televisión. Se muestran las diferencias siempre y cuando sostengan los deseos, costumbres y normas que marca el patriarcado.

En el caso de “Gran Hermano” de Argentina, en 2003, una prostituta ganó el *reality show*. Esta mujer cumplía con los requisitos físicos que exige el patriarcado: joven, delgada, bonita. Ganó el programa bajo la idea de que pudo entrar y salir de la prostitución. Se ofreció su caso como una especie de Cenicienta que abandona su estado de pobreza, marginalidad y estigmatización y logra acceder, gracias a la bondad del público votante, a una vida mejor, alejada del comercio sexual. Cabe aclarar que la protagonista en ningún momento fue sexuada en el *reality*. Contrariamente, su cuerpo se presentó como “casto” durante los meses que duró el programa. Otro caso similar fue el del ganador de “Gran Hermano” de Argentina de 2007, un joven “humilde”, “trabajador” y ex presidiario. El público optó nuevamente por comprar una historia clásica de “futbolista de potrero” y el muchacho acabó cantando durante unos meses cumbia (género que se destaca por ser popular) para luego

retornar a trabajar como obrero fabril. Así, estos cuerpos empobrecidos y marginados, tampoco se permiten ser sexualizados. Lo que hagan en la vida privada no alcanza para ser exhibido. El público compró la idea del “cambio de vida”, del traspaso de “mendigo a príncipe” o de “Cenicienta a princesa”. Pero sus cuerpos no se erotizan, sólo apelan a la empatía por la vida trágica.

En el caso de México, los participantes de “Big Brother” (así se llamó su versión) aspiraban a otro tipo de participación. Allí no se apuntó tanto al rescate de “pobres marginales”, sino más bien a mostrar personas profesionales o en camino de serlo. Una de las participantes, por ejemplo, ya trabajaba en televisión pero no era conocida y usó el programa como trampolín al que saltó directamente a hacer desnudos en *Playboy*. Su cuerpo era digno de ser mostrado, era un cuerpo hegemoníamente bello y debía ser visto. Otra de las participantes mexicanas fue reconocida *post reality* por ser detenida por conducir alcoholizada, agredir al policía e insultarlo con un “pinche asalariado”. El clasismo generado se vuelve clave en la diferenciación entre un nosotros/as (que formamos parte de la pantalla) y ellos/as: los cuerpos descarnados, sexistas y clasistas.

Asimismo, en “Big Brother” México una concursante mantuvo relaciones con otros dos participantes (varones, pues no se permite la homosexualidad). Esa concursante fue duramente criticada por compañeras y por el público justamente por eso. Pero no les sucedió lo mismo a los varones que tuvieron relaciones con ella. El machismo la juzgó por “conductas amorales” en la pantalla y, al mismo tiempo, se la recuerda como “la folladora”. De esta forma, observamos de qué manera opera la heterosexualidad obligatoria y la monogamia como formas de disciplinamiento moralizante de los cuerpos, en especial de las mujeres.

En este contexto de *realities*, donde lo importante es mostrar, observamos recurrentes e intensas prácticas donde exponerse se vuelve el principal objetivo y prácticamente una regla en la sociedad del espectáculo. El ver supera al ser, el ser mirado supera al sentir. Los cuerpos y las sexualidades piden público alerta. ¿Pero qué cuerpos pueden ser vistos? ¿Qué cuerpos pueden ser mostrados? ¿Cuáles son los cuerpos sexuados? ¿Quién los sexualiza y con qué fines?

Quienes pueden mostrarse y quienes pueden ser vistos y valorizados son aquellos cuerpos que cumplen con los cánones de belleza occidentales actuales: delgados, altos, blancos, jóvenes, cisheteronormativos. En el caso de las mujeres, deben ser delgados pero con nalgas y con pechos firmes; en el caso de los varones,



cuerpos estrechos pero fibrosos, musculosos, donde el sello de la virilidad está dado por el tamaño de su pene.

¿Qué sucede con los/as demás? ¿Dónde están los cuerpos obesos, rellenos, morenos, negros, mestizos, lánguidos, sin cirugías, con movimiento y con flacidez? ¿Dónde están los cuerpos muy bajos, demasiado altos, demasiado flacos, muy excedidos de peso, viejos, con discapacidad? Ellos no tienen visibilidad: por censura de la pantalla (el mercado), sí, pero también por censura propia. En Argentina, por ejemplo, entre 2006 y 2009 se emitió el *reality* “Cuestión de peso”, donde un grupo de nutricionistas y profesionales médicos sometían a tratamiento nutricional a personas obesas. Allí, las y los participantes eran estigmatizados, ridiculizados y mostrados como ejemplo de lo que no se debe ser. En este voyeurismo constante, que todo lo impregna, la corporalidad tiene unas medidas y colores. Quien no cabe, se aísla o se produce de forma irreal, con perfiles falsos total o parcialmente. No utiliza esto como una bandera contra el compromiso con la estética imperante de la delgadez y los rasgos occidentales, sino que también hace su propio acto de ocultamiento o invención de sí, despegada de la realidad.

Cuando escribimos mujer en Google<sup>7</sup>, las imágenes que aparecen a continuación son imágenes de mujeres delgadas, blancas, cuidadas. Lo mismo sucede al buscar hombres. Cuando, en dicho buscador, escribimos sexo, aparecen fotos en la cama de hombres y mujeres de cuerpos que responden al paradigma patriarcal, clasista, racista, heteronormativo y sexista dominante. Son indicadores de qué imaginarios se movilizan mediáticamente en torno a los cuerpos sexuados.

El cuerpo se convierte en una especie de utopía. Se hace un culto de la imagen y se establecen prototipos a seguir: una cierta cara, curvas pero no tantas, flacura extrema y ropa particularmente elegida según la tribu urbana a la que se pertenezca. El mundo del consumo nos invita a respetar los cánones impuestos y a sentir el fracaso en la piel si no alcanzamos el ideal de belleza. Ello contribuye a enriquecer empresas de belleza y a destruir autoestimas. Se prometen cuerpos imposibles y estilos de vida insostenibles para la gran mayoría de las personas. En este sentido, las publicidades de perfumes, de productos dietéticos, de marcas de ropa, de productos de belleza se encargan de decirnos cómo vivir, qué vestir y qué comer. Así, los productos *light* están dirigidos mayoritariamente a las mujeres, en quienes recae la mayor exigencia de delgadez. Lo mismo sucede con las cremas *antiage*, que son publicitadas por mujeres y para mujeres, pues el peso de la juventud eterna se enfoca



sobre todo en ellas. Las tinturas rubias que se venden en su gran mayoría bajo la promesa de parecemos a nuestros colonizadores. Por ejemplo, México, donde 7 de cada 10 mujeres se tiñen de rubias y ocupa el quinto lugar mundial en cirugías estéticas (*La Jornada*, 2014). Las marcas de perfume utilizan estrellas de cine en sus publicidades, instalando la idea de que si usamos esas fragancias nos veremos como ellos... todo esto nos lleva a intentar ser quienes no somos y a apuntar a un ideal imposible que sólo nos hunde en la desidia y sólo arroja un ganador: el sistema mercantil-capitalista que se enriquece con el consumo indiscriminado y frenético de productos de belleza-light-moda.

Los sujetos buscan pertenecer y ser, amoldarse a los cánones de belleza (en vez de cuestionarlos y/o transbordarlos). Así, surgen cremas, tratamientos, intervenciones, terapias, estilos de vida y alternativas para “mejorar” el cuerpo, basados en una búsqueda estética y no de salud. El sujeto libre, autónomo, que nace con el modernismo, no logra mirar y admirar más que a sí mismo. Sin embargo, detrás de ese efecto inédito de narcisismo se oculta la soledad del personaje que sólo busca mostrarse, verse, aparecer, para formar parte, para hallar el sentido de inclusión social (Lipovetzky, 2002).

Como ironizaba Debord: “Lo que aparece es bueno y lo que es bueno aparece” (Debord, 1995: 28). Esta es la tiranía de la visibilidad: “En este monopolio de la apariencia, todo lo que quede del lado de afuera simplemente no existe” (Debord, 1995: 30). Entonces, ¿qué sucede con quienes no encajan? ¿Adónde se mueven? ¿Cómo? ¿Cómo viven sus sexualidades? ¿Cómo se vinculan con sus cuerpos?

Para responder a los interrogantes, podemos decir que los cuerpos mediatizados son heterosexuales. La heterosexualidad se asume como la única sexualidad legítima. Si hay referencias explícitas a homosexualidades en las publicidades son muy sutiles, implícitas, higienizadas o, por el contrario, burlescas. En el caso de las sexualidades lésbicas, si aparecen (pues tampoco son norma dominante) son para satisfacer las fantasías del hombre heterosexual. Además, son lesbianas de cuerpos esculturales, blancas, delgadas. La obesidad y el sexo no se vinculan en ningún tipo de versión. Allí asoma la separación público-privado: puedes hacer lo que desees en tu espacio privado, pero lo que se visibiliza es lo que cumple con lo hegemónico.

Transexuales, travestis, sexualidades diversas directamente no suelen aparecer. Algunas series televisivas utilizan a travestis dentro de sus personajes pero

ridiculizándolas, caricaturizando sus procesos de transición, delimitando su ejercicio de la sexualidad a la prostitución y su ser social como exaltador de características consideradas femeninas, en el límite de la histeria. En Argentina, las tapas de revistas del corazón no fotografían a parejas diversas, salvo excepciones como Flor de la V, Ricky Martin o Lizzi Tagliani. De todas maneras, se las presenta como madres o padres, como personas que forman familias, por lo cual son imágenes que continúan reproduciendo los cánones de la familia heterosexual. Aparecen, pero respetando las normas del patriarcado.

Por otro lado, las redes sociales han potencializado la capacidad de articulación política de la población y la militancia trans, posibilitando su circulación sin exponerse físicamente a riesgos que espacios públicos como la calle o los mismos servicios de salud y ciudadanía perpetúan. De esta forma, existen grupos que ofrecen consejos y espacios para hablar sobre tratamientos hormonales, acceso a derechos de adecuación al género y otras preocupaciones y búsquedas de dicha vivencia. Algunas personas se han destacado como referencia en este ambiente, tales como Travesti reflexiva<sup>8</sup>, en Brasil, que produce contenidos informativos y argumentativos contra la transfobia. La campaña para representación en la asamblea legislativa de la ciudad de Rio de Janeiro de la travesti Indianara Siqueira también vio gran parte de su fuerza en las redes sociales<sup>9</sup>.

Otro ejemplo es la Marcha de las Putas, uno de los emblemas del cyberfeminismo, que convoca a la ciudadanía a través de las redes sociales para acudir a varias manifestaciones que reflejen el malestar y la indignación colectiva frente al machismo. Se emplea el concepto “puta” como un constructo performativo que permite reapropiarse del insulto para agitar conciencias y movilizar a mujeres y hombres igualitarios.

Las denominadas Madres Solteras por Elección (MSPE)<sup>10</sup> también son un fenómeno creciente en los medios de comunicación pero sobre todo en internet. Se trata de un tipo de monoparentalidad por elección, que a menudo (aunque no siempre) utiliza las Técnicas de Reproducción Asistida (TRA) o que también se ejerce mediante la adopción. El cuerpo como espacio de decisión y las redes como la estructura que sostiene el vínculo sororitario.

Sin embargo, son innumerables los abusos, incomprensiones, violencias y persecuciones que algunas poblaciones transexuales han vivido en el medio virtual, infelizmente, incluso por parte de algunas vertientes feministas. En este sentido,





observamos desde grupos reaccionarios que publican fotos y videos de tortura y asesinato de personas trans, como fue el caso de Dandara, en Brasil<sup>11</sup>, hasta grupos feministas que toman como su principal pauta argumentar contra la entrada de mujeres trans al movimiento, en gran parte desarrollándose en internet, como las llamadas TERF (inglés para “Feministas Radicales Trans-Excluyentes”). En este sentido, a pesar del avance de las tecnologías y de la manera en que las nuevas formas de comunicación facilitan que dicha minoría tenga acceso a información y a producción de contenidos y articulaciones, también continúa siendo un escenario de humillaciones e interpelaciones diversas.

“Vivimos en un régimen cultural heterosexual que favorece que la gente aprenda a desear a «ese otro» definido como lo opuesto pero al mismo tiempo lo que completa a uno mismo, lo que provoca, como apunta Rich (1980), que la homosexualidad no sea vista como una posibilidad/referencia «real», salvo en contextos muy concretos”. (Esteban, 2009: 15)

Otro punto clave es que las sexualidades son jóvenes. Ni la televisión, ni los diarios o revistas, ni los contenidos más divulgados en internet publicitan, venden o narran historias de sexo (ni de amor) de ancianas/os o de adultos mayores. La mayoría de las aplicaciones de encuentros sexuales o amorosos tampoco tienen como público objetivo a esta población, y la producción de sí en dichos espacios suele tener a la edad (aparente o real) como uno de sus principales atravesamientos. Ni siquiera para la pornografía, el cuerpo del adulto mayor y de ancianos son cuerpos sexuados. La juventud es algo tan importante al momento de sexualizarnos mediáticamente que, por ejemplo, en el caso de Argentina, una popular comedia<sup>12</sup> tenía como protagonista a una adolescente y a un señor mayor. La joven era amiga de la escuela de la hija de este señor llamado “Don Arturo” y todas las fantasías eran entre él y “la nena”. La “nena” era muy llamativa físicamente, pero simbolizaba la sexualidad de una menor de edad con un señor adulto. Esto se emitía en uno de los canales más populares en el horario del *prime time*, sin ningún cuestionamiento social por las imágenes que estaban simbolizándose.

Esto se traslada al uso de las redes sociales, donde frecuentemente las jóvenes son acosadas o engañadas por pares o desconocidos, dificultando su uso autónomo y libre. Términos como ciberacoso o *cyberbullying* quedan enmarcados dentro de la violencia que se presenta en el panorama social del siglo XXI y muestran la práctica del abuso con tecnologías como los dispositivos móviles e internet (Durán y



Martínez-Pecino, 2015), muestran nuevas maneras de acoso: mediante la diversidad de aplicaciones que presentan. Es decir, una sistemática violencia machista, racista y LGBT se instala en la inestabilización de las fronteras entre lo privado y lo público y produce nuevas formas de opresión. Un terrible ejemplo es la exposición pública en Twitter del video en el que 33 hombres violaban a una joven en Rio de Janeiro, el cual circuló ampliamente (Beleli, 2016). Si el acto en sí de una violación colectiva ya es terrorífico, las nuevas configuraciones de circulación y visibilidad de la violencia hacen partícipes a quien divulga, aprueba y culpa a la víctima.

Sumado a esto, cabe aclarar que los cuerpos mediáticos sexuados son blancos. Y cuando se muestran cuerpos negros, tienen que ver con fantasías, con mitos (del vínculo entre negritud y sexualidad exacerbada). Y son cuerpos objetificados, sin deseos y placeres propios, especialmente los de las mujeres negras, a las cuales se les presenta esa sexualidad como única forma de tener un lugar en el mundo. Como señala Viveros Vigoya (2010), América latina ha sexualizado la raza y racializado el sexo. La sexualidad y la estética dominantes son heterosexuales, blancas, jóvenes, sin discapacidad. Sumado a ello, el racismo virtual se ha consolidado atrás del discurso de “libertad de expresión”, generando serios efectos en muchos sujetos/as y grupos. Este fenómeno ha desencadenado propuestas críticas de acción, tales como la campaña “Racismo virtual, consecuencias reales”, en Brasil<sup>13</sup>. De la misma forma, articulaciones potentes se han creado por medios digitales en el movimiento negro local, regional e internacional, discutiendo cuestiones estéticas, por ejemplo. Los pueblos originarios directamente no aparecen en los productos mediáticos. Si lo hacen, refieren a luchas por sus tierras, pero completamente alejados de su sexualidad: son estereotipados y ridiculizados, como ocurre con la publicidad de “Twister - La Sabiduría de la Pachamama”<sup>14</sup>. No cumplen con las reglas del erotismo patriarcal y colonial y se aíslan, se invisibilizan. Son cuerpos sin derechos a ser, a estar, a ser vistos.

Por todo esto, sostenemos que esa “perfección” que promueven los MMC y a la que se aspira casi colectivamente, tiende a reproducir el paradigma occidental patriarcal y racista. Se eliminan las diferencias, se deja al margen y quienes no cumplen con lo “legitimado” desaparecen, como si no existieran, como si no fueran dignos de ser mostrados. En su análisis, en algunos casos, aparecen esos cuerpos disidentes de lo heteronormativo, es decir, son mostrados de un modo particular que los deslegitima y reproduce una hegemonía discursiva (Angenot, 2010) de lo decible

en determinado momento, en determinado estado de sociedad. Esto genera una división entre lo que puede y no puede existir en el universo mediático.

### **Previsiones, leyes, debates**

¿Cómo regular estas sexualidades desiguales, heteronormadas, que cultivan un cuerpo ajeno al de la mayoría, como único merecedor de placer, que limitan el ejercicio libre de la sexualidad? Legalmente, algunas herramientas se han creado con el fin de regular las diferentes violencias que surgen y la mediática en particular. La Convención sobre la Eliminación de todas las formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW, por sus siglas en inglés, ratificada en México, en 1981), definió, en su primer artículo, la discriminación contra la mujer como:

“toda distinción, exclusión o restricción basada en el sexo que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio por la mujer, independientemente de su estado civil, sobre la base de la igualdad del hombre y la mujer, de los derechos humanos y las libertades fundamentales en las esferas política, económica, social, cultural y civil o en cualquier otra esfera” (CEDAW, 1981: 2)

En 1995, y por primera vez en la historia de los derechos humanos de las mujeres, la Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer, Convención Belém Do Pará, estableció en su artículo 6 que:

“El derecho de toda mujer a una vida libre de violencia incluye, entre otros: a) El derecho de la mujer a ser libre de toda forma de discriminación, y b) El derecho de la mujer a ser valorada y educada libre de patrones estereotipados de comportamiento y prácticas sociales y culturales basadas en conceptos de inferioridad o subordinación”. (Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer, 1995: 4)

Para que esto se cumpla, los estados deben comprometerse (artículo 8) a “alentar a los medios de comunicación a elaborar directrices adecuadas de difusión que contribuyan a erradicar la violencia contra la mujer en todas sus formas y a realzar el respeto a la dignidad de la mujer” (Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer, 1995: 6).

No obstante, recién en 1995, con la Plataforma de Acción de la 4ª Conferencia Mundial de la Mujer de Beijing, es que se señala puntualmente el interés por promover una representación de las mujeres en los MMC libre de estereotipos:

“Hay que suprimir la proyección constante de imágenes negativas y degradantes de la mujer en los medios de comunicación, sean electrónicos, impresos, visuales o sonoros. Los medios impresos y electrónicos de la mayoría de los países no ofrecen una imagen equilibrada de los diversos estilos de vida de las mujeres y de su aportación a la sociedad en un mundo en evolución. Además, los productos violentos y degradantes o pornográficos de los medios de difusión también perjudican a la mujer y su participación en la sociedad. Los programas que insisten en presentar a la mujer en sus papeles tradicionales pueden ser igualmente restrictivos. La tendencia mundial al consumismo ha creado un clima en el que los anuncios y mensajes comerciales a menudo presentan a la mujer como consumidora y se dirigen a las muchachas y a las mujeres de todas las edades en forma inapropiada”. (Conferencia Mundial de la Mujer, 1995: 108)

En los Principios de Yogyakarta 2007 (Principios sobre la Aplicación de la Legislación Internacional de Derechos Humanos en relación con la Orientación Sexual y la Identidad de Género), se especifica que los estados:

“Asegurarán que tanto la producción como la organización de los medios de comunicación regulados por el Estado sea pluralista y no discriminatoria en lo que respecta a asuntos relacionados con la orientación sexual y la identidad de género, como también que en la contratación de personal y las políticas de promoción, dichas organizaciones no discriminen por motivos de orientación sexual o identidad de género” (Yogyakarta, 2007: 26)

En dicho documento, una de las recomendaciones es que:

“Los medios de comunicación eviten el uso de estereotipos en cuanto a la orientación sexual y la identidad de género, promuevan la tolerancia y aceptación de la diversidad de orientaciones sexuales e identidades de género humanas y sensibilicen al público en torno a estas cuestiones”. (Yogyakarta, 2007: 36)

Todas estas instancias han contribuido a visibilizar lo que sucede en las industrias mediáticas en relación a los cuerpos, las sexualidades y los sexismos. Si bien no puede asegurarse que haya incidido en una disminución de, por ejemplo, los hechos de violencia mediática contra las mujeres, es importante que sobre esto se estudie, se denuncie, se regule, se legisle y se visibilice. Todo ello evitará la no naturalización, que al menos pueda ejercer cierto ruido la cosificación de las mujeres en las pantallas. Asimismo, esto ayudará a la promoción de generación de alternativas y apropiación de los medios para producir contenidos plurales y emancipatorios.

Tal como señala Ramírez Salgado (2014: 200), “los medios de comunicación han creado diversos productos que promueven el estereotipo de las mujeres como objetos sexuales al servicio de la satisfacción del placer de los hombres”. Las mujeres terminan siendo cosificadas, convertidas en objetos sexuales para deleites de los varones y para el incremento del *rating*, sin proponer caminos reales de liberación



sexual.

Esto no quiere decir que no se cosifiquen cuerpos varoniles, también sucede. Pero, como en cada uno de los planos, las mujeres atraviesan por opresiones mayores. Y como seres-para-otros, también deben destinar sus cuerpos para otros. Embellecerse para otros, verse bien para otros, ser jóvenes (o hacer lo imposible para detener el tiempo), ser sexuales para otros. En otras palabras, cuerpos pensados, diseñados y mostrados para ser culto de la mirada externa. Tal como mostró Lamas (1996: 89), “lo que define al género es su acción simbólica colectiva”.

Mediante el proceso de constitución del orden simbólico, en una sociedad se fabrican las ideas de lo que deben ser los hombres y las mujeres. Y, generalmente, a las mujeres se las muestra divinas, sensuales, exuberantes, eróticas y disponibles. “[Ellas] son objetos de transacción (como esclavas, siervas y prostitutas), pero también simplemente como mujeres” (Rubin, 1986: 22). Es por ello que en ellas recaen las mayores presiones: estereotipos sexistas, racistas, clasistas, que determinan lo que pueden hacer en público. Pueden mostrar una “teta” siliconada en un programa de televisión o en una foto de portada de revista, pero no pueden mostrar sus pechos si están amamantando, porque responden al cuerpo de una mujer-madre y el patriarcado dice que las madres no son seres sexuados ni pueden estar semidesnudas. Son dos cuerpos distintos que responden a lógicas diferentes. Y sólo aquel cuerpo que responde a la lógica mercantil y patriarcal hegemónica, y no a la pluralidad cultural, sexual y social, es el que puede visibilizarse sin juicio, sin crítica, sin asco. El cuerpo antipatriarcal es libre de prejuicios y mandatos, es un cuerpo que no obedece al deber ser: delgadez, depilación femenina, intervenciones quirúrgicas, curvas. Es autónomo, ciudadano, capaz de tomar decisiones sobre sí mismo. Y es por ello que afirmamos que todo cuerpo es político, pues en los cuerpos se disputan poderes, deberes-seres, mandatos y opresiones. Cuando se desafía al patriarcado, necesariamente partimos de un desafío a los cuerpos oprimidos que obedientemente consumen la lógica mercantil en sus figuras y en sus camas.

### **La televisión, “educadora”**

Las series de ficción se basan en temas creados a partir de la realidad pero que son ficticios. Estos temas envían mensajes directos al inconsciente del receptor, actúan mediante las emociones y, por lo tanto, están proveyendo al espectador de nuevos modelos mediante los cuales organizará sus futuras maneras de ver la realidad,

actúan como agentes socializadores (Masanet, Medina y Ferrés, 2012). La televisión, a través de las series de ficción y otros formatos, ofrece a sus receptores tramas basadas en una determinada vivencia de la sexualidad. Los productores y realizadores —generalmente varones— buscan estrategias comunicativas para hacerse atractivos y llegar a este público potencial. Además, el poder socializador de los medios de comunicación no aparece de manera aislada, sino que va unido a otros cambios relacionados con los procesos de desarrollo individual y social (Masanet, Medina y Ferrés, 2012).

Para Montero,

“la televisión realiza una función socializadora fundamental mediante el entretenimiento, porque son los programas de entretenimiento, y en especial los espacios de ficción, los que concitan a muchos telespectadores, y de modo particular a los adolescentes, a mirar la televisión”. (Montero, 2006: 14)

Por ejemplo, en el caso de “Bailando por un sueño” en Argentina, constantemente se hace uso y abuso de la mujer-cuerpo-objeto. Anatomías esculturales que fomentan ideales inalcanzables, expresiones diseñadas y pensadas para alimentar la fantasía del patriarca. Ello nos delimita: quiénes sí pueden seducir y quiénes quedan afuera. Quiénes pueden bailar y todo lo que ello implica. El baile por el sueño queda en un segundo plano, y el sueño en sí (que supone movilizar al programa de tv) se pierde entre la marea de cuerpos-objetos que circulan. Además, todos (sí, todos: desde el conductor hasta el camarógrafo) tienen derecho a mirar y detenerse en las partes del cuerpo femenino. Ahora bien, en el mismo país, cuando se dio la marcha por “el tetazo”<sup>15</sup>, la sociedad e incluso varios medios repudiaron este movimiento por considerar que las mujeres no tenían por qué mostrar los pechos en medio de la calle. Algo similar ocurrió luego de una teteada masiva, en las que varias madres se reunieron públicamente a amamantar en plazas de diversas ciudades argentinas en repudio a que un policía intentó apresar a una joven por darle de mamar en público a su bebé. Entonces, ¿qué pechos pueden mostrarse? ¿En qué contextos? ¿Cuándo incomoda el cuerpo de la mujer?

La televisión refuerza parámetros y actúa por repetición de las imágenes estereotipadas sobre lo que debe visibilizarse y lo que no, sobre los cuerpos sexies y los que escandalizan por mostrarse fuera del circuito mercantil, los que están autorizados a figurar por el patriarcado y aquellos que lo cuestionan: “La razón masculina se cree equivalente a lo universal y se expresa de forma logocéntrica,





centrada sobre su propia palabra; por lo tanto, no soporta ser desconocida como única” (Gargallo, 2008: 35).

En “Gran Hermano”, se contemplaron escenas de sexo entre los participantes. Relaciones heterosexuales, que no fueron censuradas, sino sólo ubicadas en un horario de protección al menor. El sexo entonces deja de ser algo inaccesible para las pantallas. Eso sí: los cuerpos protagonistas eran heteros, y eran cuerpos hegemónicos. Los productores de televisión saben que el sexo vende, siempre y cuando responda a la estética dominante.

La televisión enciende pantallas que trabajan en diversos sentidos: en un plano audiovisual, logrando la mayor explicitación de “lo que debe ser el amor y la sexualidad” y de quiénes están realmente aptos para ser seres sexuados; en un plano emocional, pues trabaja en un plano identificatorio sobre lo que está bien/mal, correcto/incorrecto, apto/no apto; en un plano socializador, pues nos habilita —o no— para vivir nuestra sexualidad libremente. La televisión marca las inclusiones y exclusiones de una sexualidad libre, gozosa y plena.

Rubin (1989) acuñó el concepto de jerarquía sexual, para señalar, entre otras cosas, que hay unas sexualidades mejor vistas que otras, y por ende, que hay personas y grupos más aceptados o rechazados en función del tipo de sexualidad en que se desenvuelven. Determinó, por tanto, que las fronteras de la sexualidad son móviles, y que quienes demarcan cuáles sexualidades son aceptadas y cuáles no dependen de las fuerzas que estén en juego en un momento determinado.

La televisión explícitamente genera marcas: marca los límites, las formas, y los cuerpos. Los muestra, los exhibe, los escanea, los ejecuta. Nos enseña cómo amar y cómo ser sexuados. Nos muestra quiénes podemos serlo y, excluyendo, también nos muestra quiénes no podemos serlo. También nos enseña temporalidades y espacialidades para este ejercicio de la sexualidad: dónde se puede, en qué momento y de qué forma.

### **Internet y redes sociales**

En los espacios virtuales, podemos observar una tensión entre un discurso de la libertad y la autonomía, al mismo tiempo que existen movimientos de censura constante y selectiva, por ejemplo, en el momento en que Facebook o Instagram censuran pechos de mujeres, incluso en expresiones artísticas y de reivindicación política, pero no aplican reglas tan severas a acosos y discursos de odio misóginos,



racistas y LGBT fóbicos. A pesar de esto, los movimientos sociales han usado estas plataformas como herramientas para proliferar las expresiones que se refieren a la autonomía sexual, planteando diversos discursos que se alejan y contestan al hegemónico.

Por su parte, las prácticas de sociabilidad y de construcción de sí, a través de las redes sociales y de las aplicaciones, para establecer cierto tipo de relaciones sexuales y amorosas, muestran una fuerte inversión social en los procesos de individuación del deseo, que serializan y alienan las subjetividades, en los términos de Guattari y Rolnik (2008).

¿Cuál es nuestra propuesta frente a esto? Nuestro deseo no es moralizar, censurar cada vez más los cuerpos y los deseos, sino contestar ese tipo de control social que sostiene la desigualdad, proponer otra forma de producirnos, de articularnos políticamente, de comprometernos en prácticas colectivas emancipadoras. Para esto, nos parece interesante pensar e invertir lo que Guattari y Rolnik (2008: 32) llamaban “procesos de singularización”, entendidos como productores de la subjetividad en su pluralidad, en su originalidad, en su potencia de vida, como constructores de sus propias referencias y caminos.

Dentro del abanico de posibilidades que las redes generan, apropiarnos de ellas para poder contrarrestar el poder patriarcal, sumando cuerpos, sexualidades, voces y perspectivas, parece presentarse como una posibilidad más que como una limitación. Con esta perspectiva, algunas movilizaciones feministas internacionales se han creado y potencializado a través de las redes, tales como la Marcha de las Putas (Ferreira, 2013), que justamente aborda la relación entre género y sexualidad, enfocándose en la violencia sexual. Más localizado en nuestra región latinoamericana, podemos hacer referencia al movimiento Ni Una Menos, que tomó mucha fuerza y mostró la capacidad de articulación regional del movimiento feminista. Los *hashtags* también han sido una herramienta interesante de impacto comunicacional, tal como *#primeiroassedio*, en Brasil, en el que las mujeres relataban la primera vez que habían sido acosadas sexualmente, trayendo atención y espanto de varios grupos sociales<sup>16</sup>.

De esta forma, podemos pensar en lo que plantea Laudano (2010) con respecto a las relaciones entre el género, la subjetividad y los medios de comunicación, integrando el vector de la sexualidad. Es decir, el consumo y la producción de discursos mediáticos y las prácticas cotidianas que demarcan nuestro ser en el mundo se dan a partir de situaciones específicas y de la articulación de los

recursos sociales y culturales disponibles. En este proceso, existen contradicciones, obligaciones y violencias, pero también multiplicidades y potencias.

### **A modo de reflexión**

Este artículo afirmó en su título que *todo cuerpo es político*. Así lo creemos, pues todo cuerpo comunica y todo cuerpo se visibiliza en diferentes espacios. Aquellos cuerpos mercantilizados y hegemónicos tienen presencia en los MMC y TIC's, en ese bestial cuarto poder que enfoca lo que le conviene y desenfoca lo que no vende.

Sin embargo, hay otros cuerpos que también hablan: los cuerpos obesos, los ancianos, los negros, los bajos, los indígenas, los mestizos, los LGBT, los cuerpos lánguidos, los carcelarios, los enfermos, los cuerpos que venden sus cuerpos... esas corporalidades enuncian, pero lo hacen desde un espacio absolutamente privado. Son los que no se ven, a los que se margina. Son cuerpos que merecen ser oídos para que realmente la sexualidad ya no sea estereotipada y la equidad sea posible.

En este marco, nos parece fundamental continuar pensando, a partir de una epistemología feminista crítica del sur<sup>17</sup>, de qué forma generar contenidos y formas de subjetividad que resistan a los intentos machistas y capitalistas de cooptación de cualquier manera de ser, de comunicar y de relacionarse. Impedir que nuestros cuerpos y nuestras palabras sirvan a intereses políticos explotadores y continúen construyendo alternativas de apropiación de las nuevas tecnologías y redes de formación e información.

Alejarnos del circuito mercantil implica repensar nuestros cuerpos y nuestras sexualidades, opciones y posibilidades, tendencias y esquemas, mandatos y valores. Recordar que quienes han creado los cuerpos-objetos son los mismos que los consumen: el patriarcado y sus adeptos. Es tiempo de cuestionarlo todo, no tomar lo dado, proponer posibilidades más reales y corporeidades inquietas, movedizas y libres.

Este trabajo afirma, como ya dijimos, en su título, que todo cuerpo es político. Y así lo creemos: desde los cuerpos-objetos que venden una política mercantil-liberal y androcéntrica hasta los cuerpos que protestan y reclaman, anti-sistemas, cuerpos que toman la calle para exigir soberanía. Históricamente, el machismo se apropió de los cuerpos de las mujeres y los utilizó como mercancía. Hoy se están convirtiendo en las herramientas para sumar derechos y ejercer ciudadanía.

Tal como ha señalado Valcárcel (2004: 56): "La medida de la libertad que tenga



una sociedad depende de la libertad de que disfruten las mujeres de esa sociedad”. Y es por eso que debemos encaminarnos a evitar que las mujeres sigan siendo presentadas como cuerpos-objetos, o que la heterosexualidad sea la norma. Necesitamos consolidar formas políticas y caminos a recorrer que contribuyan a una sociedad más justa, par, equitativa y placentera.

Lograr autonomías en los cuerpos nos permitirá una apropiación política de las vidas, las ciudadanías, las prácticas. Concientizarnos de que el patriarcado trabaja sobre los cuerpos dominados de las mujeres objetualizándolas, esclavizándolas, denigrándolas, permitirá que las mujeres continúen un camino ya iniciado de conquista política desde los cuerpos hacia las calles, desde lo personal a lo político. Repensar las sexualidades hoy, que no se diferencian tanto de las de ayer en la medida en que siguen siendo sexualidades patriarcales que reproducen la lógica mercantil (cuerpos que se compran y se venden, que se intervienen, que obedecen y satisfacen, que se consumen) y plantearnos la posibilidad de reapropiarnos de los cuerpos, los placeres y las elecciones.

### Referencias bibliográficas

- ANGENOT, Marc. (2010). *El discurso social. Los límites de lo pensable y lo decible*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- BELELI, Iara. (2016). “Novos cenários: entre o «estupro coletivo» e a «farsa do estupro» na sociedade em rede”. *Cadernos Pagu*, 47, s.p.
- BRUNO, Fernanda. (2015). Quem está olhando? Variações do público e do privado em weblogs, fotologs e reality shows. En Antonio Fatorelli y Fernanda Bruno (orgs.), *Limiares da imagem: tecnologia e estética na cultura contemporânea* (pp. 1-17). Río de Janeiro. Muad Editora.
- BUTLER, Judith. (1993). *Cuerpos que importan*. Buenos Aires: Paidós.
- BUTLER, Judith. (1997). Performative Acts and Gender Constitution: An Essay in Phenomenology and Feminist Theory. En K. Conboy, N. Medina y S. Stanbury (eds.), *Writing on the body. Female Embodiment and Feminist Theory* (pp. 401-417). New York, Columbia University Press.
- DEBORD, Guy. (1995). *La sociedad del espectáculo*. Buenos Aires: La Marca.
- DELEUZE, Gilles. (1991). Posdata sobre las sociedades de control. En Christian Ferrer (comp.), *El lenguaje libertario, vol. II*. Montevideo: Nordan.
- DÍAZ, Capitolina y NAVARRO, Pablo. (1998) Análisis de contenido. En *Métodos y*



*técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales* (pp. 203-206). Madrid: Síntesis.

DURÁN, Mercedes y MARTÍNEZ-PECINO, Roberto. (2015). "Ciberacoso mediante teléfono móvil e Internet en las relaciones de noviazgo entre jóvenes". *Comunicar*, Vol. 22, No. 44, 159-167.

ESTEBAN, Mari Luz. (2009). "Identidades de género, feminismo, sexualidad y amor: los cuerpos como agentes". *Política y Sociedad*, 46, 1 y 2, 27-41.

FERREIRA, Gleidiane. (2013). "Feminismo e redes sociais na Marcha das Vadias no Brasil". *Revista Ártemis*, Vol. XV, No. 1, 33-43.

FOUCAULT, Michel. (1975). *Vigilar y castigar. Nacimiento de la prisión*. Buenos Aires: Siglo XXI.

FOUCAULT, Michel. (1976). *La voluntad de saber*. México: Siglo XXI.

FOUCAULT, Michel. (2008). *Historia de la sexualidad. La voluntad del saber*. Buenos Aires: Siglo XXI.

GARGALLO, Francesca. (2008). "Las disidencias sexuales desde una mirada feminista". *Revista Trabajo Social*, 18, 1-4.

GUATTARI, Félix y ROLNIK, Suely. (2008). *Micropolítica. Cartografías del deseo*. Madrid: Traficantes de Sueños.

HARAWAY, Donna. (1984). *Manifiesto Ciborg. El sueño irónico de un lenguaje común para las mujeres en el circuito integrado*. Recuperado de: [http://xenero.webs.uvigo.es/profesorado/beatriz\\_suarez/ciborg.pdf](http://xenero.webs.uvigo.es/profesorado/beatriz_suarez/ciborg.pdf).

LA JORNADA. (2014). "Ser rubio o barbie humana, la aspiración". 5 de mayo, 3. Recuperado de: <http://www.jornada.unam.mx/2014/05/05/politica/003n1pol>

LAMAS, Marta (comp.). (1996). *El género. La construcción cultural de la diferencia sexual*. México, D. F.: Miguel Ángel Porrúa y Universidad Nacional Autónoma de México.

LAUDANO, Claudia. (2010). Mujeres y medios de comunicación: reflexiones feministas en torno a diferentes paradigmas de investigación. En Sonia Chaher y Sonia Santoro (comps), *Las palabras tienen sexo II* (pp. 40-54). Buenos Aires: Artemisa.

LIPOVETSKY, Gilles. (2002). *La era del vacío*. Barcelona: Anagrama.

MASANET, María José; MEDINA, Pilar; y FERRÉS, Joan. (2012) Representación mediática de la sexualidad en la ficción seriada dirigida a los jóvenes. Estudio de caso de Los Protegidos y Física o Química. *Revista Comunicación*, Vol. 10, No. 1, 1537-1548.



- MOLINARI, Laura y DE GARAY, Jimena. (2016). "Sexualidade feminina nos jogos de 2016: muitos paradoxos". *Sexuality Policy Watch*. Recuperado de: <http://sxpolitics.org/ptbr/sexualidade-feminina-nos-jogos-de-2016-muitos-paradoxos/6632>.
- MONTERO, Yolanda. (2006). *Televisión, valores y adolescencia*. Barcelona: Gedisa.
- RAMÍREZ SALGADO, Raquel. (2014). Legitimación y promoción de la explotación sexual comercial infantil en los contenidos mediáticos. Los casos de Playboy, H para hombres y TV notas. En Carlos Mejía Reyes, Karina Pizarro Hernández y Blanca Elisa Cabral Veloz (coords.), *Estudios de género, feminismo y sexualidad* (pp. 189-218). Pachuca de Soto, Hidalgo: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Recuperado de: <https://www.aacademica.org/carlos.mejia.reyes/3.pdf>.
- RICH, Adrienne. (1980). "Compulsory heterosexuality and lesbian existence". *Signs/Journal of Women in Culture and Society*, Vol. 4, No. 5, 631-660.
- RUBIN, Gayle. (1986). "El tráfico de mujeres: notas sobre la economía política del sexo". *Revista Nueva Antropología*, Vol. VIII, No. 30, 95-145.
- RUBIN, Gayle. (1989). Reflexionando sobre el sexo: notas para una teoría radical de la sexualidad. En Carole Vance (comp.), *Placer y peligro. Explorando la sexualidad femenina* (pp. 113-190). Madrid: Revolución.
- SIBILIA, Paula. (2005). *El hombre postorgánico. Cuerpo, subjetividad y tecnologías digitales*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- SIBILIA, Paula. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- TANNEN, Débora. (1994) *Género y discurso*. Nueva York: Oxford University Press.
- VALCÁRCEL, Amelia. (2004). Qué es y qué retos plantea el feminismo. Hacia la plena ciudadanía de las mujeres. Urbal Red Mujer12 Ciudad, Barcelona, 21-23 de abril (paper).
- VALE CAETANO, Marcio Rodrigo; DA SILVA JÚNIOR, Paulo Melgaço; y DE GARAY HERNANDEZ, Jimena. (2014). "Ninguém nasce homem, torna-se homem: as masculinidades no corpo e o corpo nas práticas curriculares das masculinidades". *Revista Periódicus*, Vol. 1, No. 2, s.p.
- VIVEROS VIGOYA, Mara. (2010). *La sexualización de la raza y la racialización de la sexualidad en el contexto latinoamericano actual*. Repositorio Bivipas. Recuperado de: [http://www.bivipas.unal.edu.co/bitstream/10720/663/1/256-Ponencia\\_MARA\\_VIVEROS.pdf](http://www.bivipas.unal.edu.co/bitstream/10720/663/1/256-Ponencia_MARA_VIVEROS.pdf).





## Legislación

Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer- CEDAW. (1981). Recuperado de: <http://www.un.org/womenwatch/daw/cedaw/cedaw25years/content/spanish/Convention-CEDAW-Spanish.pdf>

Convención interamericana para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra la mujer (Convención de Belem do Pará). (1995). Recuperado de [https://www.oas.org/dil/esp/convencion\\_belem\\_do\\_para.pdf](https://www.oas.org/dil/esp/convencion_belem_do_para.pdf)

Informe de la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer Beijing. (1995). Recuperado de: <http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/pdf/Beijing%20full%20report%20S.pdf>

Principios de Yogyakarta. (2007). Principios sobre la aplicación de la legislación internacional de derechos humanos en relación con la orientación sexual y la identidad de género. Recuperado de: <http://www.refworld.org/cgi-bin/texis/vtx/rwmain/opendocpdf.pdf?reldoc=y&docid=48244e9f2>

---

## Notas

<sup>1</sup> Por ejemplo, adjudicar a la negritud atributos vinculados a la sexualidad, asumiendo que, por su identificación racial, los varones tienen penes de mayor tamaño y las mujeres cuentan con mayores destrezas sexuales (Vale Caetano, da Silva Júnior y de Garay Hernandez, 2014).

<sup>2</sup> El genoma humano es el genoma del Homo Sapiens, es decir la secuencia de ADN contenida en 23 pares de cromosomas en el núcleo de cada célula humana diploide. De los 23 pares, 22 son cromosomas autosómicos y un par determinante del sexo (dos cromosomas X en mujeres y un X y un Y en varones).

<sup>3</sup> Según Foucault, el “derecho de espada” significa el poder del soberano sobre la vida y muerte de sus súbditos, y habría comenzado a ser desplazado hacia los siglos XVII y XVIII por un poder que se ejerce positivamente sobre la vida, que procura administrarla, mantenerla y multiplicarla, y despliega sobre ella controles y regulaciones. De esta manera, el derecho soberano de hacer morir o dejar vivir habría sido sucedido por un poder de hacer vivir y dejar morir.

<sup>4</sup> Nota con el caso de Lesby, joven encontrada muerta en la UNAM, con discusión sobre los Twitter de la PGJ: <https://www.laquearde.org/2017/05/05/pgj-sugiere-que-lesby-podria-tener-responsabilidad-en-su-asesinato-medios-hacen-eco-a-la-revictimizacion/>

<sup>5</sup> “Una fanática de los boliches, que abandonó la secundaria”. Diario *Clarín*, Buenos Aires, 13/09/2014. Disponible en [https://www.clarin.com/policiales/fanatica-boliches-abandono-secundaria\\_0\\_S1ek3YcD7g.html](https://www.clarin.com/policiales/fanatica-boliches-abandono-secundaria_0_S1ek3YcD7g.html)

<sup>6</sup> Estos *realities* mantienen un formato exportable que adquiere características específicas en los países donde se emiten. Se caracterizan por la mezcla de género, la glocalización (el formato se presenta en distintos países pero adaptado a cada uno de ellos), cuentan con héroes mediáticos (Marcelo Tinelli, conductor del “Bailando por un sueño” argentino, como símbolo de éxito, por ejemplo), la espectacularización de lo cotidiano (se hacen públicos

detalles de la vida íntima de los famosos, se producen peleas entre los famosos y el jurado) y el interés por los índices de audiencia.

<sup>7</sup> La clasificación de los resultados de búsqueda que utiliza Google se realiza a través de un algoritmo específico para cada motor, es decir un método basado en criterios lógicos y matemáticos que le permitan dar una puntuación a una solicitud de páginas. Es difícil evaluar la calidad de los algoritmos en los resultados de la búsqueda así como para reordenar las páginas en el motor de búsqueda a partir de la página inicial. La mayor parte de la evaluación de los criterios de relevancia están relacionados con el contenido de la página, pero ciertos criterios están relacionados con el sitio en su conjunto. Se ha demostrado que el comportamiento del usuario puede influir con satisfacción en las páginas de resultados, confían en que los documentos más relevantes son colocados en las altas posiciones.

<sup>8</sup> Nota sobre personas trans que ejercen liderazgo especialmente en internet, como Travesti Reflexiva: <http://acoisatoda.com/2016/01/29/17-travestis-e-transexuais-brasileiras/>

<sup>9</sup> Página de Facebook de la militante travesti Indianara Siqueira, con gran potencia en las redes sociales: [https://www.facebook.com/indi.siqueira/?hc\\_ref=SEARCH](https://www.facebook.com/indi.siqueira/?hc_ref=SEARCH)

<sup>10</sup> Página de Madres Solteras por Elección, <http://madressolterasporeleccion.org/>

<sup>11</sup> Nota sobre el video del asesinato de la travesti Dandara, <http://forum.outerspace.com.br/index.php?threads/cinco-suspeitos-de-matar-travesti-dandara-dos-santos-s%C3%A3o-capturados.477746/>

<sup>12</sup> “Poné a Francella” fue un programa de televisión argentino humorístico que se transmitió en dos temporadas, durante 2001 y 2002. Se emitía en el llamado *horario estelar* (los miércoles a las 21 durante la primera temporada, y los sábados a las 22 durante la segunda). El segmento del programa mencionado se llamaba “La Nena”.

<sup>13</sup> Nota sobre racismo en internet en la página Geledés, <http://www.geledes.org.br/as-consequencias-reais-do-racismo-virtual/?gclid=Cj0KEQjw2fLGBRDopP-vg7PLgvsBEiQAUOnIXPTGuDLwWpUnm-bFJ-BI9beyx8NmgiGB1J6A4iMzUaAkLx8P8HAQ#gs.vfOvW7U>

<sup>14</sup> Publicidad audiovisual. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=-ljlI54O6U8>

<sup>15</sup> Manifestación realizada el 6 de febrero de 2017 en las ciudades de Buenos Aires, Rosario, Córdoba y Mar del Plata bajo la consigna “Soberanía de nuestro cuerpo”. La acción fue en repudio a que 20 policías obligaron a tres mujeres, que tomaban sol en topless en las playas de Necochea, a cubrir sus cuerpos bajo la advertencia de que serían detenidas por violar una norma penal que rige desde 1973, cuando gobernaba el país una dictadura militar.

<sup>16</sup> Nota sobre el hashtag Primeiro assedio, [http://www.huffpostbrasil.com/2015/10/22/primeiroassedio-mulheres-compartilham-no-twitter-primeira-vez\\_a\\_21693923/](http://www.huffpostbrasil.com/2015/10/22/primeiroassedio-mulheres-compartilham-no-twitter-primeira-vez_a_21693923/)

<sup>17</sup> Es una epistemología situada histórica y geopolíticamente desde América del Sur y que apunta al estudio, análisis, desarrollo y el fortalecimiento de los movimientos feministas, sociosexuales, antirracistas y anticapitalistas. Esta epistemología se propone la ampliación de las temáticas de discusión respecto del feminismo liberal clásico, pues se busca debatir sobre tierras, territorios, cuerpos y representaciones situadas.

Fecha de recepción: 01 de abril de 2017. Fecha de aceptación: 28 de mayo de 2017.