

SHOWMATCH. LA ESPECTACULARIZACIÓN DE LA MASCULINIDAD EN UN MUNDO DE PARADIGMAS EN CRISIS

Florencia Cremona y Verónica Sofía Fico seco
Facultad de Periodismo y Comunicación Social;
Universidad Nacional de La Plata (Argentina)

Resumen

En estas breves páginas recuperaremos, desde una perspectiva de comunicación y género, las representaciones sobre la masculinidad tradicional en un *show* televisivo. Partimos de la consideración de que este tipo de espectáculos “enseña” desde una pedagogía violenta (Segato, 2014), indica cómo rapiñar los cuerpos no machos y busca perpetuar un modelo de masculinidad tradicional con su correlato social, político y económico.

En tanto la comunicación es una herramienta de transformación política, toda representación de la masculinidad reproduce, fortalece y, por qué no, instala un modo de nombrar “lo macho”. De ahí se desprende un ritual clasificatorio y violento que se resiste a perder su cuota de poder total.

Para mirar solo una ínfima parte de cómo las masculinidades horadan, tallan, inciden en los discursos sociales desde propuestas violentas y a veces sutiles, tomaremos como caso un *show* de televisión abierta nacional que lleva más de veinte años en el aire. El programa se llama *Showmatch* y se emite cada noche a las 22 hs. de la Argentina.

Es un formato que alterna ficción y *reality show* en el que se exulta una masculinidad dominante, propietaria, heterosexual, varonera y violenta.

Palabras clave: masculinidad, heteronorma, violencia mediática.

Artículo recibido: 07/08/15; **evaluado:** entre 07/08/15 y 10/09/15; **aceptado:** 20/09/15.

Masculinidad en tensión

¿Cómo resiste este modelo de masculinidad, de feminidad y de diversidad sexual en un mundo en el que todos los paradigmas sociales están en crisis? ¿Cómo es posible que los espectadores negociemos estos modos de “divertirnos” aún conscientes de que son violentos y misóginos? ¿Por qué siguen apareciendo los estatutos de masculinidad hegemónica como registros de normalidad y todas las demás formas de sexualidad como alternativas “aceptables”?

La pedagogía que ejercen los medios de comunicación enseña la construcción de un ideal masculino disciplinador de todas las sexualidades consideradas como inferiores, dependientes o subsidiarias; estas sexualidades existen para satisfacer y reivindicar la dominancia del varón patriarcal, heterosexual y proveedor en un mundo en el que la familia tradicional se desdibuja y recrea como institución de modelación social.

El programa que analizaremos propone, mediante distintas estratagemas, perpetuar un modelo de macho exitoso en una sociedad de paradigmas que se quiebra. Lo elegimos principalmente porque en la Argentina se sancionó hace pocos años la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, la ley de Matrimonio entre personas del mismo sexo y la ley de Identidad de Género. Ese marco normativo propicia, aunque no garantiza, una transformación social que sin embargo resiste en programas de altísima audiencia en los que se propone todo lo contrario.

El *show*/el espectáculo (1)

Aunque aquí tomamos el caso de un programa de TV de la Argentina (2), que no tiene por que ser conocido fuera de las fronteras, estamos seguras de que este modelo de humor se trasluce en muchas producciones de habla hispana: el espectáculo comercial es y ha sido disciplinador del deseo y, mediante este juego de realidad y ficción, se jerarquiza la diáspora de sexualidades y se dice -con prepotencia- cómo deben ser las relaciones y los agentes que intervienen en ellas.

Hablamos de la TV porque nos ocupa una pregunta paradójica: si hay leyes nuevas, si las personas transitamos otros modos de vivir, ¿cómo es que prevalecen en los discursos televisivos estos modelos de familia? ¿por qué si la familia monoparental con muchos niños existe cada vez menos en los sectores medios de las sociedades ilustradas, para vender un automóvil o una marca de cereales se sigue recreando esa imagen?

¿Cuán fuerte, cuán resistente es el modo de dominio de masculinidad hegemónica que aún con pequeñas fisuras sigue dominando el mundo?

Elegimos este producto por sus dimensiones de distribución y récords de audiencias en la Argentina. No difiere en su trama básica de tantos otros, dada la acuciante habitualidad con la que se despliegan en los medios de comunicación las exaltaciones celebratorias de la masculinidad heterosexual, norma indiscutida de lo dominante y universal.

La abundancia de ejemplos entre los cuales elegir resulta inquietante en nuestro contexto. Cinco años después de la sanción de la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, entre muchas otras avanzadas normativas sobre a la redistribución de los contenidos y de la inclusión de otros cuerpos y otras voces en las pantallas, de otros agentes en los circuitos de producción de contenidos se ocupa de integrar en una organicidad instrumentada las leyes preexistentes que regulan el ejercicio de la violencia mediática (llamada también simbólica) y lo que en nuestro enfoque particular nos ocupa: la violencia de género a través de los medios de comunicación. La ley 26.522 considera la comunicación como una herramienta de transformación política y por eso

vela por la redistribución de la propiedad de los medios de comunicación (radio, TV, diarios), antes concentrada en pocos grupos empresarios.

A pesar de los refinados avances normativos que regulan la desconcentración de la propiedad de los medios y la redistribución de las voces, que ponen coto explícito a las violencias mediáticas, los reenvíos celebratorios de la masculinidad normativa parecen no sólo ser moneda corriente en la programación televisiva cotidiana, sino que parecen haber permanecido encapsulados e impolutos, inmunes a las agudizaciones de la sensibilidad colectiva en torno a las temáticas de la diversidad. Pensemos en los ya perceptibles (aunque no por ello no resistidos) cambios producidos luego de la sanción de las leyes de Matrimonio e Identidad.

Tal vez la resistencia a otras representaciones de la poco explorada categoría de masculinidades se de a partir de un irónico paralelismo con el estereotipo hegemónico de la sexualidad masculina como “naturalmente” incontrolable y depredadora.

Así como no existe ninguna ley ni reflexión social que pueda refrenarla (deseo irrefrenable) ésta se apropia violentamente de los cuerpos femeninos y *queer*. Del mismo modo, la ficción reconoce pero se ve “imposibilitada” de mostrar otras masculinidades posibles.

En su dimensión virtual, la masculinidad normativa parece igualmente revestida de su condición de incontrolable y sus efectos apropiadores sobre aquellos otros cuerpos virtuales parecen tan inevitables como cuando se trata de cuerpos físicos.

El mensaje, la pedagogía que lo subyace, no puede sino ser un paradigma de la reproducción de la forma primaria de la jerarquía sexual patriarcal.

Una mirada problematizadora más optimista podría sugerirnos que tal vez detrás de la aparente inmunidad de aquella construcción estereotípica y evidentemente violenta del macho dominante, que subsume a las distintas y los distintos a sus caprichos e impulsos objetualizadores, encontraríamos atisbos de un impulso de inercia. Un giro conservador intenta aferrarse a privilegios antes indiscutidos, en un contexto que parece tender, cada vez desde más dimensiones, a la redistribución del orden de las corporalidades y de las habitabilidades legítimas del propio cuerpo.

Absteniéndonos por el momento de cerrar nuestra breve reflexión en la intención de incorporar más elementos a este ejercicio ensayístico, creemos necesario recordar que no hablamos sobre el programa, sino sobre prácticas instaladas en la cultura que parapetan la heterosexualidad y, por ende, la masculinidad del varón proveedor y propietario en un mundo derrumbado de tristezas, dolores, soledades e incertidumbres.

En este caso el conservadurismo es presentado como búsqueda de refugio ante la pérdida de ciertas referencias inherentes al orden social, necesarias para el desenvolvimiento cotidiano,

muestra en su otra cara la vehemente tendencia a conservar intactos los privilegios de la masculinidad normativa.

¿De qué se ríen los machos?

Showmatch comienza en la década del 90, apenas a una década de la recuperación de la democracia; la dictadura militar, además de los delitos de lesa humanidad y el saqueo económico, instaló y promovió un modelo de humor que acompañaba una propuesta de masculinidad, de heterosexualidad y de consumo de los cuerpos que aun no hemos podido vencer, que resiste y se camufla como sentimiento popular.

Ese modelo de humor misógino y antimariquita objetizaba los cuerpos femeninos, representados siempre bajo los arquetipos tradicionales: la madre, la puta, la loca y la casta angelical. En tanto, lo gay era ridiculizado bajo la figura del bailarín, del peligroso maricón y la travesti que solo podía ser peluquera o prostituta. Las demás "figuras" sexuales eran inenarrables.

Volvamos al presente y pensemos en la siguiente escena, presenciada por millones de televidentes: Marcelo Tinelli y varios miembros de su producción -la mayoría varones vestidos de las señas visibles de la heteronorma- coronan una serie de habituales gestos sexualmente sugerentes y comentarios objetivadores sobre los cuerpos femeninos y trans, subiéndose a zapatos de tacos -*stiletos* de no menos de 12 cm- y ensayando un desfile paródico y grotesco, presentado a modo de competencia deportiva (bautizada in situ como "la maratón gay") plagado de gestos caricaturescos. Las risas del conductor y su equipo durante toda la escena no dejan dudas sobre el único mensaje claro acerca de los cuerpos que son estigmatizados en esta puesta en escena: son hombres vestidos de mujer, sin importar su identidad construida ni la conquista de su reconocimiento legal. Son hombres de masculinidad degradada y, como tales, objeto de burla sin velos ni disimulos, de objetivaciones y sexualización extrema que los revela en su carácter de cuerpos consumibles y descartables.

En este punto la mirada se amplía y nos revela, junto con el violento reenvío a los estereotipos femeninos y los límites impuestos a la mostración de lo *queer*, el recorte que invisibiliza las reivindicaciones conquistadas y las luchas aún abiertas de estos colectivos, sistemáticamente ignoradas y hasta contrarrestadas por estos productos del *mainstream* que actúan como garantes de la conservación del orden establecido. Algo similar ocurre con las mujeres y sus conquistas en diversas áreas, que parecen desvanecerse cuando el éxito y la inclusión -tal como la construyen los portadores legítimos de la palabra- siguen dependiendo de poder satisfacer las demandas autoritarias emanadas de la masculinidad heterosexual normativa, ese impulso ¿incontrolable?

Este programa de TV recupera, como tantos otros, la tradición de jerarquizar las sexualidades y despolitizarlas: las travestis son hermosas y bailarinas (o prostitutas) sin decir que en la vida real en la Argentina apenas si llegan a vivir 40 años. No tienen trabajos formales y sus arrendatarios les ponen obstáculos, ya que suponen que la casa o departamento solicitado será para ejercer la prostitución.

Un pibe de barrio

Marcelo Tinelli, conductor o presentador del *show*, fue tallando la imagen de muchacho de barrio, de provinciano que a fuerza de trabajo y picardía llegó a la gran capital y de ahí al mundo. Tiene todo lo que hay que tener: muchos hijos, bellas ex esposas y dinero, sin embargo no dejó de ser quien era. Entonces se evoca a sí mismo como “un tipo normal”, se pone del lado de “la gente” como presentador y realiza guiños en los que borra las distancias reales entre el espectador y él. Se unen bajo ese halo que tienen en común: la portación de masculinidad.

Este atributo compartido por la genitalidad y por la cultura (un hombre proveniente de los sectores populares, un trabajador de los medios que se hizo de abajo), le permite admirar un cuerpo desnudo bailando un *reggaetón* o a una chica en mini shorts vendiendo jabones. Tinelli bromea sobre eso y en esas chanzas construye un tipo de proxenetismo que patrocina y en el que todos exponen la carne para ser reconocidos. Tinelli entra y sale del personaje. Por momentos es el presentador, por momentos es el padre de familia de cinco hijos y tres matrimonios. Por momentos es metrosexual, cuidado y bien conservado. De a ratos es el cómplice del varón que está apoltronado del otro lado de la pantalla, buscando de qué reír a la medianoche de un martes.

Sin embargo lo que importa aquí es el camuflaje. Con la excusa del baile, el programa sigue presentando un modelo de belleza femenina violentado, inflado de siliconas, de pelos pintados de amarillo. Relata a las sexualidades periféricas desde la idea de la “aceptación”.

En el *show* hay travestis y maricones que agradecen continuamente al conductor la “oportunidad” de estar ahí. Debe haber homosexuales, pero si no expresan su condición sexual no son identificados. La letra escarlata aparece cuando estas personas rompen el ideal masculino hegemónico o siendo amanerados, maricones o travestidas.

El programa hace un doble juego. Por un lado, presenta un *show* de ficción y por otro, el conductor y dueño juega a que rompe el *show*, a que está del mismo lado de la pantalla de quien consume el producto.

Entonces se activa la pedagogía de la violencia mediante la ausencia de una mirada crítica del conductor y en la equiparación que falsamente realiza entre un espectador de clase media baja urbana y su persona; un multimillonario que se iguala y a la vez marca la diferencia.

Pareciera estar diciendo “soy un pibe de barrio igual que vos, que gracias a mi astucia y a mi trabajo llegué, pero siento y pienso lo mismo que vos, me sorprenden las mismas cosas”. Esas cosas son una chica sexy, otra chica disfrazada de bebé que juega a que es idiota y no sabe pronunciar bien las palabras (en un país donde el abuso sexual y el tráfico de niñas y niños para explotación sexual es una lucha permanente que enfrentan gobiernos y ONG), un gay hiper sofisticado pero obediente a las leyes del macho que manda, una travesti agradecida de poder estar ahí mostrando su silicona. Nadie cuestiona nada, es un *show* en el que todas las sexualidades danzan pero en el que triunfa una sola: el varón patriarcal.

Entonces...

En este punto es posible regresar sobre nuestras preguntas iniciales como invitación a desarrollar nuestra reflexión en ciernes.

Retomando nuestra perplejidad con relación a la repetición, espectacularización y el recorte del trasfondo político: la revictimización y repetición de la violencia parecen mecanismos de acción revestidos de inocencia y hasta relacionados con la defensa de los valores sociales que tan rápidamente se estarían diluyendo.

Nos preguntamos cómo resulta posible la construcción de esa aparente empatía con el público desde un agente de enunciación que se presenta a sí mismo a contramano de las leyes pero en franca sintonía con el “sentido común”.

Sin embargo, este presentador instala en la cultura mediática los personajes “hiperfemeninos” e “hipermasculinos”, discute de política nacional y muestra un modelo de éxito vigente. A la vez afirma, sin decirlo, que las políticas de género son un mecanismo de reparación de los fallados (nosotros, las lesbianas, los gays, las mujeres que queremos vivir como se nos antoja, etc.) pero que la vida real “es así” y transcurre con éxito para quienes abrazan estos estereotipos.

¿Podemos pensar en esas violencias como condición de posibilidad de la masculinidad que se presenta como el universal y llevar el debate hacia la política cultural?

Ya sabemos que podemos desnudar una y otra vez las tramas del espectáculo cotidiano que encubre mecanismos de control, marginación e injusticia. El desafío ahora es contar distinto, contar el mundo tal y como lo vivimos en los bordes de la pantalla.

Construir nuevas retóricas emancipatorias es lo que nos debemos...

Notas

(1) En este trabajo, tomamos la concepción de espectáculo de acuerdo a la propuesta clásica de Guy Debord (1995), como la forma de ser de la sociedad contemporánea que se percibe a la vez “como la sociedad misma, como una parte de la sociedad y como instrumento de unificación” (1995:8). Desde este enfoque, el espectáculo no es entendido como un conjunto de imágenes circulantes, sino como la forma que adoptan las relaciones sociales entre personas una vez que estas son mediatizadas por imágenes.

(2) Según datos del último censo de hogares en la Argentina (2010), el porcentaje de hogares que poseen aparato de televisión asciende al 97,1 % es decir que, en consonancia con el panorama más generalizado en el mundo, se trata del medio de consumo mediático más difundido transversalmente en el país.

Bibliografía

- Abu-Lughod, Lila (2006), “La interpretación de la(s) cultura(s) después de la televisión”, *Etnografías contemporáneas 1*, Buenos Aires, UNSAM.
- Butler, Judith (2010), *Deshacer el género*, Barcelona, Paidós.
- Camargo, Wagner y Alexandre Fernandez Vaz (2012), “De humanos e pós- humanos. Ponderações sobre o corpo queer na arena esportiva”, en Souza Couto, E. y S. Goellner (Comp.), *O triunfo do corpo. Polêmicas contemporâneas*, Braisl, Ed. Vozes.
- Cremona, Florencia (2012). *Nuevos interrogantes políticos y epistemológicos en la gestión de la comunicación: la experiencia del Centro de Comunicación y Género de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata*. Tesis Doctoral. FPyCS, Universidad Nacional de La Plata.
- Cremona, Florencia (2013), “Género, mujeres, niños y niñas con discapacidad”, *Infojus, Discapacidad, Justicia y Estado No. 3*, Buenos Aires, Editorial Infojus.
- Cremona, Florencia (2013), *Reflexiones sobre la experiencia de la Escuela Popular de Género. Punteo para pensar las líneas de comunicación, educación y género*, Documento de cátedra, La Plata, FPyCS.
- Cremona, Florencia (2014). “Numerosos académicos aún no reconocen la viabilidad científica de los estudios de género”. *Conversaciones con Francisco Zurian Hernández. Oficinas Terrestres*, 1(30), 220-230. Recuperado de <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/oficiosterrestres/article/view/2263>

- Curiel, Ochy (2011), "El régimen heterosexual y la nación. Aportes del lesbianismo feminista a la Antropología", en Bidaseca, K. y V. Vazquez Laba, *Feminismos y poscolonialidad. Descolonizando el feminismo desde y en América Latina*, Buenos Aires, Godot.
- Debord, Guy (1995), *La sociedad del espectáculo*, Santiago de Chile, Editorial Naufragio.
- Delfino, Silvia (1998), "Desigualdad y diferencia: retóricas de identidad en la crítica de la cultura", *Revista Estudios* No. 7, Argentina, Universidad Nacional de Córdoba.
- Fernández, Ana Maria (2009), *Las lógicas sexuales: amor, política y violencias*, Buenos Aires, Nueva Visión.
- Galindo, María (2012), *No se puede descolonizar sin despatriarcalizar. Teoría y propuesta de la despatriarcalización*, Bolivia, Editora Mujeres Creando.
- Mc Kinnon, Catherine (1995), *Hacia una teoría feminista del estado*, Madrid, Cátedra.
- Segato, Rita (2003), *Las estructuras elementales de la violencia. Ensayos sobre género entre la antropología, el psicoanálisis y los derechos humanos*, Buenos Aires, Universidad Nacional de Quilmes-Prometeo.
- Segato, Rita (2014), *En los medios existe una pedagogía de la crueldad*, Buenos Aires, Editorial Infojus.
- Zurian, Francisco (2011), *Imágenes del Eros*, Madrid, Ocho y Medio.